

METAVEVERSE



กับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจไทย ภายใต้กระแสโลกเสมือนจริง

ถ้าใครได้ติดตามข่าวทางด้านธุรกิจสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัล ตลอดช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ก็คงผ่านตาเกี่ยวกับคำว่า **Metaverse** ซึ่งเป็นคำที่กล่าวถึงการเป็นโลกเสมือนจริงที่ต่อมาได้กลายเป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยม เนื่องจากต่อจากนี้ไป จะมีความสำคัญในอนาคตอันใกล้นี้เป็นอย่างมาก

จนถึงทุกวันนี้ ก็คงมีหลายคนที่ยังคงคิดว่า 'Metaverse' เป็นเรื่องไกลตัว เพราะที่จริงแล้วทุกวันนี้ Metaverse ได้เข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของเราทุกคนโดยไม่รู้ตัว และเราต่างคุ้นเคยดี ไม่ว่าจะเป็น Virtual Meeting, Showroom, Concert, Exhibition, Game Online ในรูปแบบ 3D โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมา การรักษาระยะห่างทางสังคมได้ส่งผลให้ผู้คนนับล้านเปลี่ยนที่ทำงานมาเป็นการทำงานจากที่บ้าน และทำกิจกรรมผ่านทางไกล ทางการทำงานผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เกิดขึ้นมากมาย อาทิ Zoom, Slack หรือ Microsoft Teams

สิ่งเหล่านี้ได้เข้ามาอยู่กับชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมโลกมาพักใหญ่แล้ว ขณะที่รูปแบบการใช้ชีวิตการทำงาน การบริโภคที่สะดวก ได้พัฒนาอย่างจริงจัง คำนึงจนกระทั่งได้เกิดเป็น Metaverse อย่างเต็มรูปแบบอย่างปัจจุบัน โดยที่การพัฒนาไปเรื่อยๆ อย่างจริงจัง ความคุ้นเคย รสนิยม พฤติกรรม รวมถึงการเติบโตของหลายธุรกิจ ในสังคมบนโลกดิจิทัลได้กลายเป็นพื้นที่ทั่วไป และมีความสำคัญในการทำธุรกิจมากยิ่งขึ้น และขยายโอกาสในอนาคต ไปยังกลุ่มลูกค้าทั่วโลก

ที่มาของ Metaverse



'Metaverse' มาจากคำว่า 'Meta' กับ 'Verse' รวมแล้วได้ความหมายว่าเป็น **'จักรวาลที่อยู่เหนือจินตนาการ'** ปรากฏครั้งแรกในนวนิยาย Sci-Fi ที่มีชื่อว่า Snow Crash เป็นโลกอีกใบที่ให้ผู้คนได้เข้ามา มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ผ่านการจำลองตนเองให้เป็นตัวละครต่างๆ (Avatar)

Metaverse เป็นคำศัพท์แห่งอนาคตที่หลายคนคุ้นเคย และได้ยินมาอย่างต่อเนื่อง หลังจากที่ Mark Zuckerberg CEO ของ Facebook ได้ประกาศเปลี่ยนชื่อบริษัทจากเดิม Facebook มาเป็น Meta เพื่อพาธุรกิจก้าวสู่ระยะต่อไปที่เป็นมากกว่าโซเชียลมีเดีย ซึ่งได้เห็นถึงการปรับตัวหลายด้าน ในขณะที่คำดังกล่าวกลายเป็นที่นิยมและได้รับการพูดถึงอย่างต่อเนื่อง เมื่อเวลาผ่านไป การเข้าถึงเทคโนโลยีและโลกดิจิทัลได้พัฒนาขึ้นอย่างก้าวกระโดด ซึ่งทำให้รายละเอียด ขอบเขตนิยามของ Metaverse ไม่ได้อยู่แค่โลก หรือพื้นที่ในจักรวาลใดที่หนึ่ง แต่เป็นอะไรก็ได้ ที่เกิดจากเทคโนโลยีและช่วยเชื่อมต่อผู้คนให้สามารถสื่อสาร ใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบาย รวมถึงการต่อยอดทางธุรกิจได้อีกหลายมิติ

ความโดดเด่นของ Metaverse



Exists in real time

Metaverse จะมีช่วงเวลาต่างๆ ในโลกเสมือน ที่เป็นเวลาเดียวกันกับโลกแห่งความจริง



Self-contained & fully functioning universe

ภายใต้โลกเสมือนของ Metaverse ผู้ใช้งานสามารถเลือกที่จะเป็นเจ้าของ ซื้อขาย ลงทุน หรือสร้างสิ่งต่างๆ ได้ทุกอย่าง ไม่ต่างจากการทำกิจกรรมต่างๆ บนโลกของความเป็นจริง



Mix of different platforms

Metaverses สามารถทำงานร่วมกันได้หลายแพลตฟอร์ม ผสมผสานเชื่อมโยงการใช้งานได้อย่างสะดวก



User-generated content

การสร้าง Content uu Metaverse เพื่อให้คนอื่น ๆ เข้ามาร่วมแสดงความเห็นและสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้ง่าย



Players have individual agency

Metaverse เป็นโลกที่ผู้ที่ใช้ไป ไม่จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน แต่สามารถแชร์โลกเสมือนร่วมกันได้ ไปพร้อมๆ กัน



Always active

Metaverses จะมีความเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่งสิ่งต่างๆ ในโลกเสมือนยังคงเคลื่อนไหวและขับเคลื่อนต่อไปเรื่อยๆ ตลอดเวลา

บทบาท Metaverse ในการผสมผสานระหว่างโลกจริงกับโลกเสมือน

Metaverse เป็นนวัตกรรมที่ทำหน้าที่ในการสร้างบทบาท และผสมผสานระหว่างโลกเสมือนจริงให้ควบคู่ไปกับโลกแห่งความเป็นจริง จนเป็นหนึ่งเดียวกัน ผ่านเทคโนโลยีหลักๆ ที่สำคัญ ได้แก่ AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดภาพที่มีรูปแบบมิติเสมือนจริง ที่สำคัญคือ ได้ตอบสนองกับโลกจริงได้อย่างไร้รอยต่อ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถใช้งานภาพเสมือนนั้นในการใช้ชีวิต การทำงาน การพักผ่อนการจับจ่ายใช้สอยได้จริง ผ่านอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับซอฟต์แวร์ที่เชื่อมโยงให้เกิดเป็นอีกโลกหนึ่งที่มีการใช้ชีวิตจริง ได้อย่างสมบูรณ์ สะดวกสบาย

จุดเด่นสำคัญของ Metaverse ในโลกธุรกิจและอุตสาหกรรมก็คือ การเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้ใช้งานได้มากขึ้น โดยจะเห็นได้จากในอุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการควบคุมหรือปฏิบัติงาน ซึ่งที่ผ่านมา ในกรณีที่ผู้เชี่ยวชาญไม่มีเวลาเพียงพอ หรือไม่สะดวกที่จะอยู่หน้างานได้ ก็อาจเป็นเหตุทำให้งานต้องสะดุด หรือประสบปัญหาได้ แต่กรณีของ Metaverse จะทำให้ปัญหาเหล่านี้หมดไป เพราะว่าผู้เชี่ยวชาญสามารถเลือกใช้งานแบบโลกเสมือนนี้ทำงานร่วมกับผู้ที่ปฏิบัติงานอื่นๆ ได้ไม่แตกต่างกับการอยู่หน้างาน โดยเฉพาะการทำงานแบบ Hybrid ซึ่งเป็นรูปแบบการทำงานที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันนี้ โดย Metaverse ทำให้การทำงานดังกล่าวคล่องตัวได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้าง Application ให้สามารถควบคุมการทำงาน ประมวลผล และใช้งานร่วมกับอุปกรณ์จริงไปได้พร้อมๆ กัน ได้อย่างง่ายดาย

จับตา Metaverse กับการขับเคลื่อนทุกธุรกิจ

ทุกวันนี้ Metaverse ไม่ใช่เทคโนโลยีแห่งอนาคตอีกต่อไป แต่เป็นเทคโนโลยีแห่งปัจจุบัน ที่หลายภาคธุรกิจกำลังให้ความสนใจ และเริ่มนำมาใช้งานเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน ความคล่องตัวในธุรกิจดิจิทัล และความโดดเด่นทางด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์

Retail : ธุรกิจค้าปลีก จะเห็นว่าในร้านค้าปลีก หรือสำนักงานสาขาของธุรกิจค้าปลีก สามารถนำเทคโนโลยี Virtual Shop หรือร้านค้าเสมือนจริง ที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อ การช้อปปิ้ง หรือการใช้บริการรูปแบบใหม่ ที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคสามารถเข้าไปเลือกซื้อสินค้าในร้าน หรือใช้บริการที่ต้องการได้เพียงปลายนิ้วจากสมาร์ตโฟน ด้วยการใช้ประสบการณ์ใหม่ให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยาก และเชื่อมโยงกับธุรกิจ E-Commerce ที่ทำให้การใช้ชีวิตง่ายขึ้น

Service : ธุรกิจภาคบริการ เราจะเห็นได้ชัดว่าการทำงานของธุรกิจภาคบริการ เช่น ธนาคาร การขนส่งสินค้า อาหาร หรืออื่นๆ ที่ได้ปรับการทำงานและให้บริการด้วยการทำงานระยะไกล ที่ส่วนใหญ่จะใช้ระบบผ่านแอปพลิเคชัน และอุปกรณ์ IoT ที่ทำให้ไม่ว่าอยู่ที่ไหนก็สามารถทำงานร่วมกันได้แบบเรียลไทม์ เพื่อแก้ปัญหาด้านระยะทาง ประหยัดเวลา ทรัพยากร โดยไม่ต้องไปยังสถานที่จริง ซึ่งเป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการทำงานที่กำลังได้รับความนิยมทั้งฝ่ายผู้บริโภคและองค์กรต่างๆ โดยเฉพาะช่วงโควิด-19 ที่ผ่านมานี้ ทำให้ผู้บริโภคมีความคุ้นชิน ในขณะที่พนักงานสามารถทำงานได้จากระยะไกลเป็นเรื่องปกติ ปรับตัวเข้าสู่การทำงานแบบไฮบริด จนในที่สุดก็เป็นกระบวนการทำงานและการบริโภคร่วมกันในโลกเสมือน Metaverse อย่างเต็มรูปแบบ

Manufacturing : ภาคอุตสาหกรรมการผลิต โดยภาคการผลิต Metaverse จะเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการสร้างวิธีการทำงานใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านการออกแบบที่สามารถสร้างงานโมเดลต้นแบบ 3 มิติ ให้เห็นได้ในโลกเสมือน การทำการทดลองเปลี่ยนรูปทรงและชิ้นส่วน ซึ่งผู้ควบคุมหรือผู้เชี่ยวชาญจะอยู่ที่ไหนก็ได้ ต่างสามารถเข้าถึงโมเดลต้นแบบเสมือนนี้ได้พร้อมๆ กัน หรือใช้การผลิตในโลกเสมือนมาใช้กำกับงาน สั่งควบคุม หรือสอนงานลดการใช้พื้นที่ ลดเวลาในการเรียนรู้ อบรม รวมถึงสามารถสร้างผู้เชี่ยวชาญให้เกิดขึ้นใหม่ได้เร็วขึ้น กว่าเดิม นอกจากนี้ Metaverse ยังสามารถซ่อมบำรุงเครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือ จากระยะไกลไปยังโรงงานอุตสาหกรรมได้อีกด้วย

Distribution : ธุรกิจคลังสินค้า / กระจายสินค้า ในส่วนของธุรกิจนี้ได้นำเทคโนโลยี Metaverse มาใช้ในหลายส่วนที่ชัดเจนก็คือ Navigate หรือการนำทางระหว่างที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ตั้งแต่ ค้นหาเส้นทางที่เหมาะสมที่สุด โกลด์ที่สุด ประหยัดเวลาที่สุด ให้ผู้ใช้งาน การค้นหาจุดจัดเก็บ การจัดส่งออก จัดวาง รับ-ส่งสินค้า Metaverse ยังสามารถบริหารจัดการคลังสินค้า หรือ ออกแบบการจัดวางสินค้าก่อนที่จะใช้งานบนโลกจริง ลดความสูญเสียได้เป็นอันมาก อันเป็นกระบวนการจัดการระบบการกระจายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นี่เป็นเพียงส่วนหนึ่ง จากหลากหลายส่วนของแต่ละธุรกิจที่ผู้ประกอบการจะต้องนำมาวิเคราะห์ วางกลยุทธ์การปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต ให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของผู้บริโภค และผู้คนทั่วไปในโลกใบนี้

Metaverse กับความเคลื่อนไหวของแบรนด์ชั้นนำ

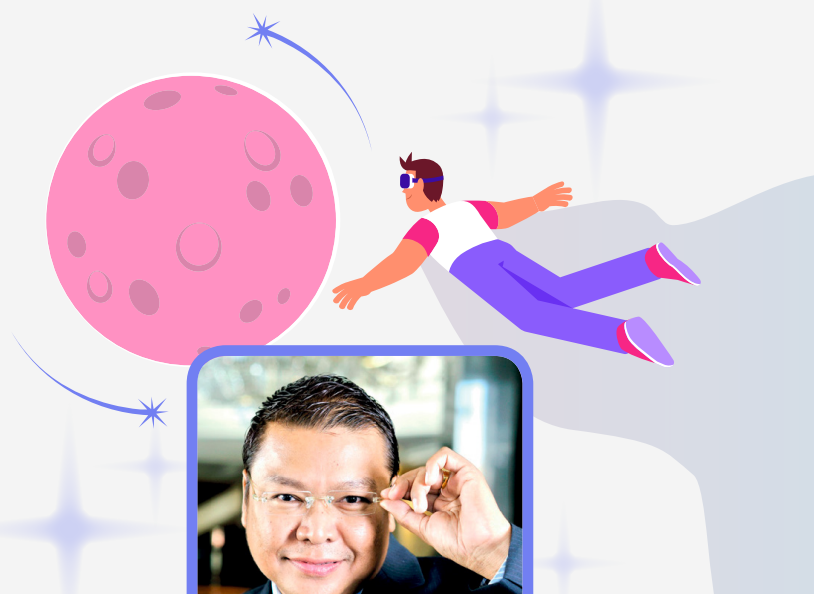
Metaverse ไม่ได้เป็นเพียงแค่อวกาศเสมือนจริง (Virtual Reality) ที่เปิดให้ผู้คนได้ทำการสื่อสารเพียงอย่างเดียว แต่ที่มากกว่านั้น ก็คือได้สร้างประสบการณ์สำหรับการเชื่อมต่อผู้คนระหว่างโลกเสมือนจริงหรือโลกดิจิทัล ไปยังโลกแห่งความเป็นจริง ในกิจกรรมใดก็ได้พร้อมๆกัน โดยใช้เทคโนโลยีมากมายหลายส่วนประกอบ ที่ทำให้การทำงานง่ายขึ้น ก่อให้เกิดการแข่งขันด้านการสร้าง Digital Experience แบบ 360 องศาผ่านเทคโนโลยีทั้ง VR และ AR ที่มีองค์กรชั้นนำต่างๆ เป็นจำนวนมากได้ทุ่มทรัพยากร ทั้งเงิน และบุคลากรเข้ามาเพื่อต้องการจะเป็นที่หนึ่งด้านดังกล่าว

ยกตัวอย่างในรอบปีที่ผ่านมา Facebook ประกาศทุ่มพนักงานกว่า 10,000 คนให้กับงานด้าน AR และ VR ภายใต้ทีมที่มีชื่อว่า Reality Labs, TikTok ประกาศสร้างแพลตฟอร์มสำหรับพัฒนา AR ของตัวเองขึ้นมาที่ชื่อว่า TikTok Effect Studio, Snap หรือ Snapchat ประกาศซื้อ Vertebrae มาเพื่อช่วยให้แบรนด์ต่างๆ สามารถสร้างสินค้าเสมือนจริงของตัวเองหรือ 3D Virtual บนแพลตฟอร์มตัวเองได้ดียิ่งขึ้น, Google พัฒนาสมาร์ตโฟนรุ่น Pixel 6 เพื่อเน้นการยกระดับประสบการณ์ด้าน AR ด้วย Tensor chip, Apple ได้มีการพัฒนา Apple Glasses และปรับปรุงชุด VR ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง เพื่อวางขายเช่นกัน, Satya Nadella CEO ของ Microsoft ได้ออกมาประกาศว่าพวกเขาจะสร้าง Enterprise Metaverse แม้กระทั่งบริษัทด้านกฎหมายชั้นนำอย่าง Reed Smith ยังออกมาแถลงว่า บริษัทจะเข้าไปทำธุรกิจใน Metaverse เช่นกัน

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีทั้ง AR, VR และ MR (Mixed Reality) ที่เรียกรวมๆ ได้ว่า Extended Reality หรือ XR ส่วนต่อขยายโลกจริงจากเทคโนโลยี อันเป็นพื้นฐานเพื่อก้าวเข้าสู่โลก Metaverse ในที่สุด

การสื่อสาร และโอกาสทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปในโลกเสมือน

ปัจจุบัน จะเห็นได้ว่ามี Metaverse เกิดขึ้นที่เห็นได้ชัดเจนเป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นการวางระบบของ Meta, Sandbox, Decentraland และได้มีธุรกิจที่ก้าวเข้าสู่ Metaverse อย่างเต็มรูปแบบ อาทิ NIKE ได้จับมือร่วมกับ Roblox สร้าง NIKELAND ที่มาในรูปแบบของแพลตฟอร์มเกมออนไลน์ของ Roblox, Hikky ธุรกิจสตาร์ทอัพของญี่ปุ่น ได้จัดประชุมในรูปแบบ Avatar จนได้รับความนิยมจากทั่วโลกทำการตลาดบน Metaverse



ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ
ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และสื่อสารองค์กร
"drphotjai@gmail.com"

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ ด้วยประสบการณ์กว่า 25 ปี ด้านการบริหารยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาดแบรนด์ ภาพลักษณ์ขององค์กร จนถึงระดับชาติ ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ มีผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงานกับตำแหน่งที่หลากหลายทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย

ในส่วนของประเทศไทยเองนั้น แม้ว่า Metaverse จะเป็นที่ปรากฏการณ์ใหม่ แต่ก็ยังมีหลายแบรนด์จับตามองอย่างใกล้ชิดเพื่อวางกลยุทธ์การตลาดบน Metaverse ที่ถือว่าการฉีกทุกกฎการตลาดแบบเดิมๆ ที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคคนเดียวกันอยู่บนโลกจริงกับโลกเสมือน อาจแตกต่างหรือตัดสินใจไม่เหมือนกัน การรับทำการตลาดบน Metaverse จึงต้องอาศัยการติดตามข้อมูลที่รวดเร็ว การตามให้ทันความสนใจและพฤติกรรมของผู้บริโภค การใช้ประสบการณ์ในการทำการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์มาผสมผสานกัน เพื่อทำให้แบรนด์ประสบความสำเร็จบนโลกใหม่นี้ให้ได้

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า Metaverse ได้เข้ามาสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับเจ้าของธุรกิจ ทั้งในส่วนของ การตลาด การสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค การนำเสนอเนื้อหาเรื่องราว จนถึงการขาย และเพิ่มโอกาสสำหรับการสร้างรายได้ในพื้นที่ Metaverse เช่น การให้เช่าพื้นที่จัดแสดง หรือการอำนวยความสะดวกในการขายสินค้า การทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาด การส่งเสริมการขายเพื่อเข้าถึงลูกค้าและบริการในโลกเสมือนจริง การเป็นตัวกลางซื้อขายสินทรัพย์ต่างๆ การลงทุน เช่น การใช้เทคโนโลยี Blockchain เพื่อเป็นเจ้าของทรัพย์สินดิจิทัล ต่อจากนี้ไป คงจะให้เห็นอะไรมากขึ้นในโลกคู่ขนาน หรือบางคนอาจว่าโลกเสมือนจริงแห่งนี้ ที่จะเริ่มเป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น อาจจะเริ่มเห็นพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ๆ ที่คาดไม่ถึง รวมไปถึงพัฒนาการของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับ Metaverse ไปพร้อมๆกันด้วยที่ธุรกิจแต่ละแบรนด์ ต้องนำไปปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้เหมาะสมและทันเวลากับการเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมาไว้