

การจัดการทุนมนุษย์เสมือนในธุรกิจวีทูปเบอร์อิสระด้วยแนวคิด POLC* POLC-BASED VIRTUAL HUMAN CAPITAL MANAGEMENT FOR VTUBERS

พรรณา ศรีสงคราม

Panna Sornsongkram

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Management Science, Rajabhat Bansomdejchaopraya University, Bangkok, Thailand

Corresponding author E-mail: dr1000na@gmail.com

Tel: 089-892-3134

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ มุ่งศึกษาวิเคราะห์แนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดการ POLC เพื่อการจัดการทุนมนุษย์เสมือนในธุรกิจวีทูปเบอร์อิสระ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกวีทูปเบอร์อิสระจำนวน 8 คน ร่วมกับการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าแบบข้อมูลเพื่อสังเคราะห์และวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า การใช้กระบวนการ POLC ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและนวัตกรรมในการจัดการทุนมนุษย์เสมือน ประกอบด้วย 1) P: การวางแผน คือ การสร้างสรรค์รูปแบบวีทูปเบอร์อิสระเชิงธุรกิจอย่างเป็นระบบเพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุนร่วมกับการบริหารขอบเขตความปลอดภัยเพื่อปกป้องความเป็นส่วนตัวของร่างจริง 2) O: การจัดองค์กร คือ การจัดโครงสร้างองค์กรแบบกิจการเจ้าของคนเดียวควบคู่กับการบริหารเครือข่ายพันธมิตรจัดจ้างภายนอก 3) L: การนำ คือ การเป็นผู้นำขับเคลื่อนตนเองและสร้างแรงจูงใจต่อกลุ่มผู้รับชมผ่านเทคโนโลยีสร้างสรรค์ดิจิทัลคอนเทนต์ และ 4) C: การควบคุม คือ การควบคุมการแสดงออกของร่างเสมือนตามจรรยาบรรณวิชาชีพพร้อมประเมินผลงานอย่างต่อเนื่องและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ของวีทูปเบอร์อย่างทันการณ์ นอกจากนี้ บทความได้นำเสนอบทบาทของวีทูปเบอร์อิสระในฐานะทุนมนุษย์เสมือนที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมคอนเทนต์สมัยใหม่ ตลอดจนความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างผู้แสดงจริงกับตัวตนดิจิทัล ผลสรุป คือ แนวคิด POLC เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์สำคัญในการเชื่อมโยงและประสานอัตลักษณ์ระหว่างผู้แสดงและร่างเสมือนให้มีความสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมในการจัดการทุนมนุษย์เสมือนรูปแบบใหม่ที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืนภายใต้บริบทระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: แนวคิด POLC, วีทูปเบอร์อิสระ, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, ทุนมนุษย์เสมือน

Abstract

This academic article aims to analyze the application of the POLC management framework for managing virtual human capital within the independent VTuber (Virtual YouTuber) industry. The study employs a qualitative research methodology, utilizing in-depth interviews with eight independent VTubers alongside a comprehensive review of academic documents, textbooks, and relevant research reports. Data triangulation was applied to synthesize and



analyze the content systematically. The findings reveal that the implementation of the POLC process fosters both management efficiency and innovation in virtual human capital across four key dimensions: 1) Planning: the systematic development of business-oriented VTuber models to mitigate investment risks, integrated with boundary management to protect the privacy of the physical persona; 2) Organizing: the adoption of a sole proprietorship organizational structure combined with the management of external outsourcing networks; 3) Leading: the manifestation of self-driven leadership and audience motivation through creative digital content technologies; and 4) Controlling: the ethical regulation of virtual avatar performances, continuous performance evaluation, and timely risk management of the VTuber's public image. Furthermore, the article highlights the role of independent VTubers as pivotal virtual human capital influencing the modern content industry, as well as the structural relationship between the physical performer and the digital identity. In conclusion, the POLC framework serves as a critical strategic tool for the systematic identity synchronization between the performer and the virtual avatar. This represents a novel innovation in virtual human capital management that enhances competitiveness and establishes sustainable business advantages within the context of the digital creative economy.

Keywords: POLC Framework, Independent VTuber, Creative Economy, Virtual Human Capital

บทนำ

ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีอุบัติใหม่ อาทิ ปัญญาประดิษฐ์และสินทรัพย์ดิจิทัล ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจต้องปรับตัวจากการผลิตและบริการแบบดั้งเดิม สู่การสร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรม และอัตลักษณ์ที่เลียนแบบได้ยาก (กมลพรรณ สิลางค์พันธุ์, 2566) ปรากฏการณ์หนึ่งที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงนี้ อย่างชัดเจน คือ การเติบโตของธุรกิจ “วีทูปเบอร์” หรือนักสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่น่าเสนอเนื้อหาผ่านตัวละคร สมมติเสมือนจริงเพื่อเป็นตัวแทนในการสื่อสารแทนการปรากฏใบหน้าจริงของผู้สร้าง โดยมีการบูรณาการองค์ประกอบด้านวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีการตรวจจับการเคลื่อนไหว เข้าด้วยกันจนเกิดเป็นโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ (ปิยะพล รอดคำดี, 2567)

ธุรกิจวีทูปเบอร์มีความแตกต่างกันตามรูปแบบการบริหารจัดการ โดย “วีทูปเบอร์สังกัดค่าย” จะมีบริษัท ทำหน้าที่ดูแลด้านการตลาด การจัดการสิทธิประโยชน์ และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นระบบ ในขณะที่ “วีทูปเบอร์อิสระ” (Independent VTuber) ซึ่งเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Gen Z & Alpha) ที่รักในอิสระและต้องการเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของตนเองอย่างแท้จริง กลับต้องเผชิญกับความท้าทายในฐานะผู้ประกอบการรายเดียวที่ต้องแบกรับภาระการบริหารจัดการทุกมิติด้วยตนเอง

วีทูปเบอร์อิสระส่วนใหญ่เริ่มจากความชอบทำเป็นงานอดิเรก จึงจัดการธุรกิจแบบลองผิดลองถูก ทำงานด้วยตนเองทั้งหมด ส่งผลให้การวางแผน จัดสรรทรัพยากรไม่คุ้มค่า ควบคุมการผลิตคอนเทนต์ ไม่ครบถ้วน รวมถึงความไม่เข้าใจเกมการแข่งขันในโลกดิจิทัลและจริยธรรมของธุรกิจออนไลน์ ในเชิงนวัตกรรมของระบบนิเวศทางธุรกิจ จึงมีภาวะความเสี่ยงสูงจนถึงความล้มเหลวในการสร้างรายได้ที่มั่นคง (ศิริพันธ์ เหลืองอภิรมย์, 2564)

การนำแนวคิดการจัดการ POLC ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม มาประยุกต์ใช้ จึงถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยเปลี่ยนผ่านสถานะจากการสร้างสรรค์คอนเทนต์เพื่อความบันเทิงส่วนบุคคลไปสู่การเป็นทุนมนุษย์เสมือน มีการจัดการอย่างเป็นระบบพร้อมก้าวสู่ธุรกิจอัจฉริยะที่มีวิธีการเปลี่ยนแปลง

ไปในทิศทางที่ดีขึ้น (ประสงค์ อุทัย, 2561) บทความนี้จึงมุ่งศึกษา “การจัดการทุนมนุษย์เสมือนในธุรกิจวิทูเบอร์อิสระด้วยแนวคิด POLC” เพื่อวิเคราะห์กระบวนการจัดการที่ช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ในโลกดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

แนวคิดการจัดการทุนมนุษย์เสมือน และอัตลักษณ์เสมือน

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยุคดิจิทัล การทำความเข้าใจเกี่ยวกับทุนและตัวตนในรูปแบบเสมือนมีความสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1. **ทุนมนุษย์เสมือน** คือ การสะสมและประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะ และขีดความสามารถของบุคคลผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัลและพื้นที่เสมือน เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจหรือผลงาน โดยไม่ต้องยึดติดกับสถานที่หรือกายภาพจริง (ปิยะดา อัครพลกุล, 2567) ซึ่งมีวิวัฒนาการตามกระแสเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนไป

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบทุนมนุษย์ดั้งเดิมและทุนมนุษย์เสมือน

การเปรียบเทียบ	ทุนมนุษย์ดั้งเดิม (Traditional Human Capital)	ทุนมนุษย์เสมือน (Virtual Human Capital)
พื้นที่ปฏิบัติงาน	ยึดติดกับสถานที่ทางกายภาพ	ไร้พรมแดนทำงานผ่านเครือข่ายดิจิทัล
ความสัมพันธ์	ปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้า	เชื่อมโยงผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ
ความคล่องตัว	โครงสร้างที่ตายตัว และข้อผูกมัดระยะยาว	มีความคล่องตัวสูง ปรับเปลี่ยนได้ ตามโครงการ
รูปแบบสินทรัพย์	ความรู้ที่ติดตัวบุคคล และการทำงานในองค์กร	ความรู้และทักษะที่ถูกแปลง เป็นข้อมูล/คอนเทนต์ดิจิทัล

เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพในรูปแบบในเชิงบูรณาการระหว่าง คน เทคโนโลยี และมูลค่าเสมือน องค์กรหรือผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับหลัก 3C ได้แก่

- C1-Connectivity ความเสถียรของระบบและโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี
- C2-Capability ขีดความสามารถด้านทักษะดิจิทัลและทักษะเฉพาะตัวที่โดดเด่น
- C3-Commitment ความรับผิดชอบและจรรยาบรรณวิชาชีพในสภาพแวดล้อม

2. **อัตลักษณ์เสมือนและรูปลักษณ์อวตาร** คือ ตัวตนที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อใช้ปฏิสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมดิจิทัล โดยมีอวตารเป็นสื่อกลางในการแสดงออก อุตสาหกรรม VTuber แบ่งประเภทอวตารตามเทคนิคการผลิตได้ ดังนี้

- 2D Avatar ภาพวาดลายเส้น แยกชิ้นส่วนและใส่ข้อต่อการเคลื่อนไหวผ่านซอฟต์แวร์ ลักษณะเด่นเป็นการรักษาลายเส้นความงามแบบ 2D ได้สมบูรณ์ ใช้ทรัพยากรเครื่องต่ำ ให้ความรู้สึกเหมือนตัวการ์ตูนที่มีชีวิต เป็นที่นิยมสูงสุด
- 3D Avatar การสร้างโมเดลมีปริมาตร กว้าง ยาว ลึก ลักษณะเด่นเคลื่อนไหวได้ 360 องศา ให้ความรู้สึกสมจริงและมีมิติ เหมาะสำหรับการแสดงสด หรือกิจกรรมที่ต้องใช้การขยับร่างกายสูง

3. **การเชื่อมโยงสู่การจัดการธุรกิจวิทูเบอร์อิสระ** วิทูเบอร์อิสระในฐานะผู้ประกอบการรายย่อย ควรใช้แนวคิดทางการจัดการ POLC - Planning, Organizing, Leading, Controlling ด้วยเหตุผลเชิงโครงสร้างของธุรกิจ ดังนี้

- ความซับซ้อนของทรัพยากร การทำงานคนเดียวแต่มีความทับซ้อนระหว่าง ทุนมนุษย์โดยทักษะหลักไม่ค์ และอัตลักษณ์เสมือนเป็นภาพลักษณ์อวตาร หากขาดการวางแผนและการจัดองค์กรที่ดี ทุนทางปัญญาจะไม่ถูกแปลงเป็นมูลค่าอย่างเป็นระบบ
- การจัดการทรัพยากรสินทางปัญญา ต้องแยกแยะระหว่างทักษะของบุคคล กับลิขสิทธิ์ตัวละคร เพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้



- อิทธิพลของเทคโนโลยีใหม่ เมื่อ AI มีบทบาทในการสร้างเนื้อหาและการสร้างอัตลักษณ์เสมือน ทำให้ขีดความสามารถของทุนมนุษย์เสมือนเปลี่ยนไปจากการเป็นผู้ลงมือทำ เป็นผู้ควบคุมระบบ ซึ่งต้องอาศัยการควบคุมที่เข้มงวดขึ้นในด้านจริยธรรมและลิขสิทธิ์

ความขัดแย้งในเชิงปฏิบัติ สำหรับวิทูบเบอร์อิสระ การแยกทุน ออกจากหน้าฉาก ทำได้ยาก เนื่องจากตัวตนจริงและอวตารมักถูกหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียว ความท้าทายจึงอยู่ที่การรักษาสมดุลระหว่างการแสดงออกของอัตลักษณ์เสมือนกับการรักษาทักษะในโลกจริงเพื่อให้เกิดความมั่นคงในอาชีพ

ความสัมพันธ์ระหว่างทุนมนุษย์เสมือน และอัตลักษณ์เสมือน

ทุนมนุษย์เสมือนและอัตลักษณ์เสมือน สัมพันธ์กัน ดังนี้

1. **อัตลักษณ์เสมือน** คือ บรรจุภัณฑ์ของทุนมนุษย์ โลกความจริง จะเห็นทุนมนุษย์ผ่านใบหน้า การศึกษา บุคลิกจริง แต่ในโลกเสมือน อัตลักษณ์เสมือน คือ สิ่งที่ถูกสร้างขึ้น เช่น ร่างอวตาร นิสัยที่กำหนดไว้ และชื่อเรียก เกี่ยวข้องกันโดยอัตลักษณ์เสมือนทำหน้าที่เป็นตัวกลาง ที่ทำให้ทุนมนุษย์แสดงความสามารถตัวตนผ่านออนไลน์ วิทูบเบอร์ คือ ความสามารถของคนหลังไมค์

2. **การถ่ายโอนคุณค่า** ความเชื่อมโยงโดยความสามารถไหลเข้าไปอยู่ในตัวตน เมื่อทุนมนุษย์เสมือน หรือ วิทูบเบอร์ ได้สร้างสรรค์กิจกรรม เช่น ร้องเพลงไพเราะ แสดงโชว์ที่ประทับใจ คุณค่าเหล่านั้น ไม่ได้บันทึก ไม่ได้ปรากฏอยู่ที่ตัวตนในโลกความจริง แต่ไปแสดงสะสมปรากฏที่อัตลักษณ์เสมือน หรือตัวตนวิทูบเบอร์ ส่งผลให้อัตลักษณ์เสมือนมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ กลายเป็นทรัพย์สินที่มีคุณค่าสามารถนำไปต่อยอดขายสินค้าหรือรับงานโฆษณา

3. **อัตลักษณ์เสมือน** ช่วยเพิ่มมูลค่าทวีคูณทุนมนุษย์เสมือน ปกติคนทำงานได้ทีเดียวในเวลาเดียวกัน แต่ทุนมนุษย์เสมือนที่ผูกกับอัตลักษณ์เสมือน สามารถถูกจัดการให้ทำงานแทนมนุษย์ได้ในบางมิติ เช่น การทำคลิป สั้นบันทึกล่วงหน้าไปแสดงในที่แห่งหนึ่งแล้ว ในเวลาเดียวกันสามารถไปคอลแล็บกับแบรนด์อื่น โดยไม่ต้องปรากฏกายจริง จึงเป็นการบริหารทุนมนุษย์เสมือน ที่เน้นการใช้อัตลักษณ์เสมือน ช่วยเพิ่มขีดความสามารถ

ความสัมพันธ์ของวิทูบเบอร์กับอวตาร

ความสัมพันธ์นี้เป็นอัตลักษณ์คู่ขนานเสมือนร่างและวิญญาณที่ผสมรวมกัน อวตาร คือ เปลือกหรือภาชนะที่ออกแบบรูปร่างหน้าตาและภูมิหลังเฉพาะตัวพร้อมปิดบังตัวตนจริง ส่วนวิทูบเบอร์ คือ จิตวิญญาณหรือผู้ให้กำเนิดชีวิตผ่านการเคลื่อนไหว เสียงหัวเราะและทัศนคติ (Kelly N., 2022) เชื่อมโยงด้วยเทคโนโลยี เมื่อคนที่เป็นวิทูบเบอร์เคลื่อนไหว อวตารจะเคลื่อนไหวตาม ทำให้เกิดภาวะพหุพลัง รวมกำลังของวิทูบเบอร์กับอวตาร ถ้าไม่มีคน อวตารเป็นแค่ภาพนิ่ง แต่ถ้าขาดอวตาร คนผู้นั้นไม่ใช่ VTuber ลักษณะของการเชื่อมโยงมี 3 รูปแบบหลักตามโอกาสและความเสี่ยงทางจิตวิทยา ดังนี้

1. **แบบหลอมรวม** ตัวจริงกับอวตารเป็นเนื้อเดียวกัน เมื่อบุคลิกภาพจริงและการตอบสนองที่จริงใจของผู้แสดงไหลสู่อวตาร นิสัยของคนหลังกล้องจะอยู่ในตัวละคร อวตารทำหน้าที่เป็นสื่อกลางการแสดงออกที่แท้จริงมากกว่าการเป็นหน้าฉากที่ปรุงแต่ง ให้ความรู้สึกแปลกใหม่และความต่อเนื่องสร้างสภาพคล่องทางอารมณ์โดยอัตลักษณ์จริงของผู้แสดงทำหน้าที่สื่อสารตาม ทำให้ใกล้ชิดกับผู้ชมและสร้างความผูกพัน

2. **แบบสวมบทบาท** การสวมบทบาทแยกขาดอย่างเข้มงวดระหว่างผู้แสดงและบุคลิกในจินตนาการของอวตาร ผู้แสดงทำหน้าที่เป็นตัวละคร เปลี่ยนเสียง กิริยาท่าทาง และการพูดให้สอดคล้องกับปริมปราวัติที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เน้นการหลบหนีจากโลกแห่งความจริง ทำให้ผู้ชมสามารถปฏิสัมพันธ์กับสิ่งมีชีวิตในจินตนาการ เช่น มังกรอายุ 3,500 ปี หรือปัญญาประดิษฐ์ขั้นสูง การเชื่อมโยงแบบนี้เน้นความบันเทิงและการเล่าเรื่อง ดันทุน

ทางจิตวิทยาของการสวมบทบาท คือ ความเหนื่อยล้าจากการแสดง เมื่ออยู่ในบทเป็นเวลานานที่ต้องใช้แรงงานทางอารมณ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความคาดหวังของแฟนคลับ

3. แบบสัญลักษณ์ อวตารทำหน้าที่เป็นหน้ากากรูปแบบสัญลักษณ์ หรือโล่ป้องกันอัตลักษณ์จริง รูปแบบนี้แพร่หลายในหมู่บุคคลที่มีความวิตกกังวลทางสังคม ปัญหาภาพลักษณ์ของร่างกาย หรือสภาวะทางกายที่เรื้อรัง ร่างกายเสมือนมอไบออนูตามทางสังคม มอบิอัสสะให้นักแสดงแบบเห็นหน้าจริงไม่สามารถทำได้ ช่วยให้ผู้แสดงกล้าแสดงออกมากขึ้น การเชื่อมโยงแบบนี้ช่วยลดความประหม่า และทำให้ทูนมนุษย์สามารถตั้งศักยภาพที่ซ่อนอยู่ ออกมาและมีความกล้าได้อย่างเต็มที่

ในเชิงธุรกิจของทูนมนุษย์เสมือน คือ การสร้างสินทรัพย์ที่มีชีวิต อวตาร คือ โลโก้ที่เคลื่อนไหวได้ของธุรกิจ วิทูบเบอร์ การเชื่อมโยงระหว่างคนกับอวตาร จะนำไปสู่การสร้างชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับทูนมนุษย์เสมือนที่เป็นฐานรายได้หลักของธุรกิจ VTuber

ความสัมพันธ์ระหว่างวิทูบเบอร์และยูทูบเบอร์

วิทูบเบอร์ (Virtual YouTuber: VTuber) และยูทูบเบอร์ (YouTuber) เป็นทูนมนุษย์ที่สร้างมูลค่าได้เหมือนกัน คำว่าเสมือน หรือ Virtual ในวิทูบเบอร์ ที่เพิ่มเติมจากยูทูบเบอร์ ทำให้ทูนมนุษย์กลายเป็นสินทรัพย์ดิจิทัล ที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้น และช่วยลดความเสี่ยงทางด้านกายภาพของมนุษย์ที่อาจด้อยคุณภาพตามกาลเวลา โดยมีแนวคิดของความสัมพันธ์ทั้งคู่ ดังต่อไปนี้

1. ความเชื่อมโยงของวิทูบเบอร์และยูทูบเบอร์

วิทูบเบอร์และยูทูบเบอร์ มีความเชื่อมโยงที่เกี่ยวข้องกันระหว่างอาชีพดั้งเดิมกับนวัตกรรมทางอาชีพในโลกดิจิทัล โดยมี 3 มิติ ดังนี้

- ความเชื่อมโยงเชิงโครงสร้าง มีความสัมพันธ์แบบผู้อาศัยในบ้านหลังเดียวกันใช้แพลตฟอร์ม YouTube (สมชาย เล็กเจริญ และญัสมิน บินโซดาโอะ, 2565) เป็นโครงสร้างพื้นฐานหลักในการกระจายสินค้า ก็คือ คอนเทนต์โดยอยู่ภายใต้กฎการสร้างรายได้อัลกอริทึมและจริยธรรมชุมชนเดียวกัน ซึ่งสถานะในเชิงนิยามวิทูบเบอร์ คือ ยูทูบเบอร์ประเภทหนึ่ง ที่เลือกนำเสนอผ่านร่างจำลองแทนใบหน้าของตัวตนคนจริง

- ความเชื่อมโยงเชิงวิวัฒนาการ วิทูบเบอร์เป็นวิวัฒนาการของรูปแบบการนำเสนอ ไม่ได้เกิดมาแยกขาดต่อกัน ยูทูบเบอร์ยุคแรกเริ่มจากการตัดต่อวิดีโอ ต่อมาเริ่มมีการแคสต์เกม และพัฒนามาสู่การใช้ตัวตนเสมือน เพื่อขยายขีดจำกัดด้านกายภาพ มีความเชื่อมโยง คือ ทักษะพื้นฐาน ได้แก่ การพูด การตัดต่อ การเอนเตอร์เทน ของยูทูบเบอร์ที่มีความสามารถ จะช่วยส่งเสริมการเป็นวิทูบเบอร์ที่มีประสิทธิภาพได้

- ความเชื่อมโยงเชิงเศรษฐกิจแฟนคลับ การร่วมใช้ทุนทางสังคม เหมือนกัน และการสร้างความสัมพันธ์ ทั้งคู่ใช้ระบบสมาชิกและการแชทสด เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้ชม รวมทั้งการต่อยอดธุรกิจนั้น มียูทูบเบอร์หลายคน เช่น PewDiePie ได้ลองใช้ร่างวิทูบเบอร์ในบางคลิป เพื่อสร้างความแปลกใหม่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าขอบเขตของสองอาชีพนี้ สามารถผสมผสานเข้าหากันได้ตลอดเวลา

2. แนวคิดด้านการจัดการของวิทูบเบอร์และยูทูบเบอร์

วิทูบเบอร์ และยูทูบเบอร์ ในเชิงของการจัดการธุรกิจที่มุ่งเน้นด้านการสร้างคุณค่าส่งมอบให้ลูกค้า จึงจัดว่าเป็นทูนมนุษย์เหมือนกันด้วยแนวคิด ดังนี้

- การใช้ทักษะความเชี่ยวชาญ ต้องมีทักษะการสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะทางเทคนิค ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของ Human Capital

- การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ใช้สมองและแรงงาน เปลี่ยนความคิดให้เป็นคอนเทนต์ที่สร้างรายได้ เหมือนแรงงานในธุรกิจอื่น



- สินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ ความสามารถของยูทูบเบอร์และวีทูบเบอร์ ไม่ใช่อุปกรณ์ เช่น กล้อง คอมพิวเตอร์ ที่จับต้องได้ แต่เป็นตัวตนและแบรนด์บุคคล ที่อยู่ในตัวตนวีทูบเบอร์และยูทูบเบอร์

3. ความต่อเนื่องของ YouTuber สู่การเป็น Virtual YouTuber

คำว่า เสมือน (Virtual) ของวีทูบเบอร์ Virtual YouTuber ที่เพิ่มขึ้นทำให้ต่างจากยูทูบเบอร์ YouTuber “เสมือน” ความหมายที่ไม่ใช่ “ไม่จริง” แต่หมายถึงการใช้เทคโนโลยีมาจำลองหรือขยายขอบเขตของทุนมนุษย์ จึงเกิดความแตกต่าง 3 มิติหลัก ดังนี้

- การแยกตัวตนออกจากร่างกายภาพ ยูทูบเบอร์เป็นทุนมนุษย์ผูกติดกับร่างกายจริง รูปลักษณ์ ของตัวตนคนจริง อ้วน ผอม สูง ต่ำ ดำ ขาว หรือภาวะเจ็บป่วย ใบหน้าเปลี่ยนตามวัย ทุนมนุษย์นี้จะได้รับ ผลกระทบโดยตรงทันที สำหรับวีทูบเบอร์ คำว่า “เสมือน” คือ การเอาทุนมนุษย์ไปใส่ไว้ในร่างจำลอง ไม่แสดง ตัวตนจริง ทำให้ทุนมนุษย์คงที่ด้านรูปลักษณ์ คงสภาพความสวยงามและเอกลักษณ์เดิมตลอดกาล

- การจัดการผ่านสื่อกลางดิจิทัล การจัดการของยูทูบเบอร์ คือ การคุมคนตัวตนจริงให้ปฏิบัติการ สำหรับวีทูบเบอร์เป็นการจัดการโดยควบคุมทั้งข้อมูลดิจิทัล และจิตวิญญาณของผู้แสดงไปพร้อมกัน ความเสมือน ทำให้การจัดการมีความซับซ้อนมากกว่าเพราะต้องดูแลระบบเทคโนโลยีที่เป็นบ้านของทุนมนุษย์ด้วย

- ความยืดหยุ่นและขีดความสามารถที่ไร้พรมแดน คำว่า “เสมือน” ช่วยให้ทุนของวีทูบเบอร์ ข้ามข้อจำกัดของมนุษย์ปกติ เช่น วีทูบเบอร์สามารถเปลี่ยนเพศ เปลี่ยนเสียง หรือเปลี่ยนเผ่าพันธุ์ในโลกดิจิทัลได้ ทันที เพื่อตอบโจทย์การตลาด

- วีทูบเบอร์และยูทูบเบอร์ เป็นทุนมนุษย์ที่สร้างมูลค่าได้เหมือนกัน แต่คำว่าเสมือน ในวีทูบเบอร์ คือ การยกระดับทุนมนุษย์ให้กลายเป็นสินทรัพย์ดิจิทัล ที่มีความยืดหยุ่น และลดความเสี่ยงด้านความเสื่อมถอย ทางกายภาพของมนุษย์

4. การวิเคราะห์การสลับเปลี่ยน (Substitutability)

ทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมวีทูบเบอร์ ในเชิงการจัดการขั้นสูง ในบริบทของการจัดการเชิงกลยุทธ์และการ บริหารจัดการทุนมนุษย์ ในประเด็นเรื่องความสามารถในการสลับเปลี่ยน เป็นตัวแปรสำคัญ ในการกำหนดความ ยั่งยืนและความเสี่ยงของธุรกิจ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเนื้อหาดิจิทัลที่ตัวตนเสมือน เข้ามามีบทบาทแทนที่ อัตลักษณ์ทางกายภาพ ดังนี้

- การแยกส่วนอัตลักษณ์และการลดความเฉพาะเจาะจงของสินทรัพย์ ในโมเดลธุรกิจของบริษัท หรือค่ายสังกัดวีทูบเบอร์ การใช้รูปลักษณ์เสมือนทำหน้าที่เป็นสินทรัพย์ทางปัญญา ที่แยกออกจากผู้ควบคุมอย่าง ชัดเจน ในเชิงการจัดการขั้นสูง สิ่งนี้คือ การลดระดับหรือความผูกพันเฉพาะตัวระหว่างตัวบุคคลกับตัวสินค้า

- ความได้เปรียบเชิงองค์กร เมื่อบริษัทเป็นเจ้าของ IP รูปลักษณ์และชื่อของวีทูบเบอร์ ความเสมือน จะสร้างเกราะป้องกันให้กับองค์กร หากมีการเปลี่ยนแปลงผู้ปฏิบัติงาน องค์กรยังคงสามารถรักษา Brand Equity ไว้ได้โดยการคัดเลือกทุนมนุษย์ใหม่ที่มีทักษะใกล้เคียงกันเข้ามาทดแทน

- ยูทูบเบอร์ทั่วไป ในกรณีของยูทูบเบอร์ที่ใช้ตัวตนจริง ทุนมนุษย์และแบรนด์จะหลอมรวมเป็น เนื้อเดียวกันอย่างสมบูรณ์ ทำให้ไม่สามารถเกิดการสลับเปลี่ยนได้ ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงสูงสุดในเชิงการจัดการหาก ตัวบุคคลไม่สามารถปฏิบัติงานได้

- ข้อจำกัดและภาวะพึ่งพิงในกลุ่มวีทูบเบอร์อิสระ โครงสร้างความสัมพันธ์ของทุนมนุษย์จะ แตกต่างออกไปอย่างสิ้นเชิง แม้จะมีรูปลักษณ์เสมือน มาคั่นกลาง แต่ในสายตาของผู้บริโภค อัตลักษณ์เสมือนได้ หลอมรวมกับจิตวิญญาณหรือบุคลิกภาพเฉพาะตัวของผู้ควบคุมไปแล้วการเปลี่ยนผู้ควบคุม อาจเป็นการทำลาย ความเชื่อมั่นและพันธสัญญาทางใจกับกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้มูลค่าทางธุรกิจที่สะสมมาทั้งหมด สูญสลายไปพร้อมกับ การเปลี่ยนตัวบุคคล

ความเหมือนในอุตสาหกรรมวีทูปเบอร์ จึงไม่ใช่เพียงเครื่องมือทางการตลาด แต่เป็นกลไกการจัดการความเสี่ยง ที่ช่วยให้บริษัทสามารถรักษาความต่อเนื่องของธุรกิจ ผ่านการทำให้ทุนมนุษย์มีความสามารถในการสลับเปลี่ยนได้มากขึ้น อย่างไรก็ตามประสิทธิภาพของการสลับเปลี่ยนนั้นขึ้นอยู่กับระดับการสร้างแบรนด์ว่าให้คุณค่ากับรูปลักษณ์ภายนอก หรือบุคลิกภาพภายใน มากน้อยเพียงใด

5. การเปรียบเทียบระหว่างวีทูปเบอร์และยูทูปเบอร์

วีทูปเบอร์และยูทูปเบอร์ มีความเกี่ยวข้องกัน เมื่อนำมาเปรียบเทียบจะพบความเหมือนหรือความแตกต่างกัน ระหว่างผู้ทำคอนเทนต์แบบเห็นหน้า กับผู้ทำคอนเทนต์ผ่านร่างอวตาร ดังนี้

- ด้านความสัมพันธ์ตามโครงสร้างธุรกิจ ยูทูปเบอร์ คือ คำกว้างตั้งร่มใหญ่ เป็นชื่อเรียกผู้สร้างเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม โดยวีทูปเบอร์ คือ ซับเซตกลุ่มย่อยของยูทูปเบอร์ที่อยู่ภายใต้ร่มใหญ่
- ความเชื่อมโยง วีทูปเบอร์ได้นำเอาวิธีการทำงานและรูปแบบการสร้างรายได้ของยูทูปเบอร์มาใช้ แต่เพิ่มเทคโนโลยีอัตลักษณ์เหมือน เข้าไปห่อหุ้มตัวตนจริงเอาไว้
- ความเหมือน มีเป้าหมายหลักเหมือนกัน คือ Content Creators ที่ต้องการสร้างความบันเทิงให้ความรู้ และสร้างฐานผู้ติดตาม
- การสร้างรายได้ ใช้ช่องทางเดียวกัน เช่น ค่าโฆษณาจาก Google การรับสปอนเซอร์ การขายสินค้า และระบบสมาชิก
- ทักษะที่จำเป็น ต้องการเหมือนกัน มีทักษะการตัดต่อ การพูด การวางแผนสร้างสรรค์เนื้อหา และการสื่อสารกับผู้ชมอย่างสม่ำเสมอ

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบแสดงความแตกต่าง (Differences) ระหว่างวีทูปเบอร์และยูทูปเบอร์

ประเด็น	ยูทูปเบอร์ (YouTuber)	วีทูปเบอร์ (VTuber)
การปรากฏตัว	ใช้ใบหน้าและร่างกายจริง	ใช้ร่างอวตารดิจิทัล
ความเป็นส่วนตัว	เปิดเผยตัวตนจริง แยกชีวิตส่วนตัวกับงานยาก	ปกปิดตัวตนจริงได้ดีกว่า
ต้นทุนเริ่มต้น	กล้อง ไฟ ฉาก เครื่องสำอางเสื้อผ้า	คอมพิวเตอร์ประสิทธิภาพสูง ซอฟต์แวร์ Mocap โมเดล 2D/3D
ขีดจำกัดด้านกายภาพ	อายุมากตามเวลา เมื่อเจ็บป่วยเห็นชัดทางใบหน้า	ร่างอวตารไม่แก่ตามกาลเวลา
การจัดการทุนมนุษย์	ทุนมนุษย์ผูกติดกับหน้าตาจริง	ทุนมนุษย์ผูกติดกับร่างเสมือน สามารถเปลี่ยน/สลับผู้แสดง

เมื่อยูทูปเบอร์ ปรับสภาพเป็นวีทูปเบอร์ โดยใช้เทคโนโลยีอัตลักษณ์เหมือนช่วยยกระดับพร้อมนำทักษะทุนมนุษย์ดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ในสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ซับซ้อนมากขึ้น ยูทูปเบอร์ จึงเป็นรากฐาน ส่วนวีทูปเบอร์ เป็นยอดที่ขยายผลเพิ่มด้วยเทคโนโลยี แม้ VTuber จะมีรากฐานมาจากวัฒนธรรม YouTuber ในการสร้างคอนเทนต์ แต่ความสัมพันธ์ของทั้งสองกลับมีความแตกต่างในเชิง สุนทรียศาสตร์และการจัดการอัตลักษณ์ โดย VTuber ใช้เทคโนโลยีสร้างทุนมนุษย์เสมือนเพื่อก้าวข้ามข้อจำกัดด้านกายภาพ ซึ่ง YouTuber ไม่สามารถทำได้ การจัดการธุรกิจของ YouTuber มุ่งที่ตัวบุคคลเป็นหลัก เน้นการขายความเป็นมนุษย์แบบตรงไปตรงมา ถ้าไม่มีตัวตนจริงจะไม่สามารถดำเนินการได้ ส่วนการจัดการของ VTuber มุ่งการบริหารทรัพย์สินทางปัญญาที่เน้นการขายความเป็นมนุษย์ที่ผ่านการแต่งเติมด้วยจินตนาการดิจิทัล จึงมีความซับซ้อนมากกว่า กรณีที่คนเบื้องหลังเกิดเหตุจำเป็นไม่สามารถดำเนินการได้ แปรนัยสามารถดำเนินการต่อได้ ถ้ามีการจัดการสิทธิ์ในร่างอวตารที่ดี



บทบาทของวีทูปเบอร์

วีทูปเบอร์ คือ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ใช้ตัวละครเสมือนเป็นตัวแทนในการนำเสนอ ซึ่งมีการจัดการทุนมนุษย์ผ่านการบูรณาการทักษะการแสดงสดเข้ากับเทคโนโลยีสารสนเทศ (นัทธมน เชื้อเงิน และ อรไท ชั่วเจริญ, 2565) เพื่อสร้างอัตลักษณ์เสมือนที่มีมูลค่าทางธุรกิจและสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมได้ในฐานะบุคคลเสมือน โดยมีองค์ประกอบหลักสามส่วน ดังนี้ 1) คนหลังไมค์ ผู้ควบคุมหรือผู้แสดงที่ทำให้เสียงและท่าทาง 2) อวตาร รูปลักษณ์ดิจิทัลที่ออกแบบ ด้วย 2D หรือ 3D และ 3) เทคโนโลยี ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่เชื่อมต่อแบบ Real-time และมีบทบาทในแต่ละสถานการณ์ ดังนี้

1. เชิงอัตลักษณ์และการสื่อสาร ผู้ผลิตเนื้อหาดิจิทัลที่นำเสนอตัวตนผ่านตัวแทนเสมือน ใช้เทคโนโลยีการจับภาพเคลื่อนไหว เพื่อเชื่อมโยงการแสดงออกทางกายภาพและเสียงของมนุษย์เข้ากับรูปลักษณ์เสมือนในลักษณะการสื่อสารแบบสองทางและตามเวลาจริง โดยแยกตัวตนของคนจริงออกจากร่างที่เห็นแต่ยังคงรักษาความสดใหม่ของการปฏิสัมพันธ์ไว้

2. เชิงทุนมนุษย์เสมือน คือ หน่วยของทุนมนุษย์ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านร่างสถิตดิจิทัล โดยเป็นการบริหารจัดการความสามารถเฉพาะบุคคล ให้ปรากฏผลผ่านทรัพย์สินทางปัญญาเสมือน เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยกำหนดให้วีทูปเบอร์เป็น สินทรัพย์และแรงงานที่ถูกแปลงสภาพให้อยู่ในรูปแบบเสมือน

3. เชิงหลังมนุษย์นิยม คือ บทบาทที่สะท้อนถึงภาวะหลังมนุษย์นิยม ที่ตัวตนไม่ได้ถูกจำกัดด้วยเนื้อหนังมังสา แต่ถูกนิยามผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างจิตวิญญาณของมนุษย์ และศักยภาพของเทคโนโลยีหลอมรวมกัน ก่อให้เกิดทุนมนุษย์รูปแบบใหม่ที่ไร้พรมแดนด้านกายภาพ เพื่อสร้างตัวตนใหม่ที่มีลักษณะเป็นสื่อกลางซึ่งมีวัฒนธรรมและบรรทัดฐานทางสังคมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งอาจเกิดกรณีที่ส่งผลกระทบต่อจริยธรรมสังคมหรือกฎหมาย เช่น VTuber กระทำความผิดหรือแอบอ้างสิทธิ์และวัฒนธรรมเพื่อหาผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ในอนาคตถ้าใช้ AI ขับเคลื่อนแบบอัตโนมัติที่ไม่มีมนุษย์ควบคุม 100% ความคุ้มครองด้านการปกปิดตัวตนทำให้การฟ้องร้องจะทำได้ยากขึ้น เช่นเดียวกับกรณีร่าง VTuber ถูกคัดลอกนำไปดัดแปลงอย่างละเมิดลิขสิทธิ์ ถูกฆ่าโดยลบข้อมูลทำลายชื่อเสียงทางดิจิทัล กฎหมายจะคุ้มครองอย่างไร เนื่องจาก กฎหมายแพ่งและอาญาไม่ได้ระบุชัดเจนด้านความผิดของโค้ดคอมพิวเตอร์หรืออวตาร

4. เชิงการตลาด คือ ตราสินค้าที่มีชีวิต หรือทรัพย์สินทางปัญญา การสร้างตราสินค้าในรูปแบบตัวตนเสมือน ที่ทำหน้าที่เป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิดเสมือน โดยใช้ความสัมพันธ์แบบกึ่งจริง เป็นกลไกหลักในการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการขยายโอกาสทางธุรกิจผ่านการขายสิทธิ์ และการบริการในรูปแบบประสบการณ์ดิจิทัล

บทบาทของวีทูปเบอร์ มีรูปแบบการแสดงแตกต่างกันตามสถานการณ์ ในเชิงของการจัดการ วีทูปเบอร์เป็นระบบการทำงาน และทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ คือ รูปแบบการจัดการทุนมนุษย์เสมือน ที่มีการแยกส่วนระหว่างผู้ปฏิบัติงาน และส่วนแสดงผล เพื่อลดข้อจำกัดทางกายภาพและเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยอาศัยการควบคุมผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตเนื้อหาและบริการเสมือนด้วยแนวคิดในเชิงของการจัดการดังกล่าว POLC จึงมีความเหมาะสมในการจัดการทุนมนุษย์เสมือนในธุรกิจวีทูปเบอร์อิสระ ด้วยการจัดการในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การวางแผนคาแรกเตอร์และตารางงานที่ข้ามข้อจำกัดเรื่องสถานที่ การจัดสรรทรัพยากรดิจิทัล ให้สอดคล้องกับศักยภาพของคน การจูงใจและบริหารจัดการศิลปินที่ทำงานภายใต้อัตลักษณ์ที่ถูกกำหนดไว้ และการรักษามาตรฐานการแสดงพร้อมด้วยความปลอดภัยของข้อมูล

ธุรกิจ VTuber ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

วิวัฒนาการและนัยสำคัญเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม VTuber ในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดจากจุดเริ่มต้นในรูปแบบสื่อบันเทิงทางเลือกเฉพาะกลุ่ม ในช่วงปี พ.ศ. 2561 - 2562 สู่การเป็นอุตสาหกรรมอาชีพที่มีระบบการบริหารจัดการแบบบริษัทเต็มรูปแบบ ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 การมองหาความบันเทิงรูปแบบออนไลน์ จึงเป็นจุดเปลี่ยนครั้งใหญ่เหมือนกันทั่วโลก มีการจัดตั้งบริษัทกำเนิดเป็นค่ายวิทูเบอร์ เช่น ค่าย Polygon (ปิยะพล รอดคำดี, 2567) ทำให้เป็นธุรกิจมากขึ้น จนถึงยุคทองใน พ.ศ. 2569 VTuber ได้รับการยอมรับในฐานะอุตสาหกรรมกระแสหลักภายใต้โครงสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญาใหม่ และการขับเคลื่อนซอฟต์แวร์ของประเทศไทย โดยความสำคัญเชิงเศรษฐกิจและการคาดการณ์อัตราการเติบโตนี้สอดคล้องกับรายงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2567) ที่ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย ดังนั้น VTuber จึงไม่ได้เป็นเพียงความบันเทิงออนไลน์ แต่เป็นฟันเฟืองสำคัญที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างโอกาสในการเติบโตในระดับภูมิภาค

ตารางที่ 3 แสดงรายการสถิติมูลค่าและรายละเอียดปี พ.ศ.2566

รายการสถิติ ปี พ.ศ.2566	มูลค่า / รายละเอียด
มูลค่ารวมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย	1.44 ล้านล้านบาท
สัดส่วนต่อ GDP ประเทศ	8.01%
จำนวนแรงงานในภาคส่วนสร้างสรรค์	เกือบ 1,000,000 คน
เป้าหมายการสร้าง New IP ต่อปี	มากกว่า 350 รายการ
เป้าหมายการเติบโตของรายได้ผู้ประกอบการ	30%

จากสถิติ คนไทยสามารถสร้างวิทูเบอร์ที่มีประสิทธิภาพ เป็นแรงกระตุ้นให้มีวิทูเบอร์มากขึ้น เริ่มจากกลุ่มเพื่อนที่รักอนิเมะ ใช้เทคโนโลยี 2D แบบง่าย หรือ 3D จากโปรแกรมฟรี และมีแนวโน้มเปลี่ยนจากกระแสใหม่ไปสู่อุตสาหกรรมกระแสหลักอย่างเต็มตัวในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

- การนำ AI มาช่วยในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดการข้อมูลแฟนคลับ และโต้ตอบเบื้องต้น ทำให้การจัดการทุนมนุษย์เสมือนมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัววิทูเบอร์สามารถโฟกัสที่งานสร้างสรรค์ได้เต็มที่
- แนวโน้มไปสู่การขยายประสบการณ์ เช่น คอนเสิร์ตเสมือนจริงขายตั๋วหรือการจัดอีเวนต์ทั่วโลกที่ผู้ชมเข้าไปมีส่วนร่วมได้จริง

- แบรินด์สินค้าไม่ได้มองวิทูเบอร์เป็นแค่ตัวการ์ตูน แต่เป็น Virtual Influencer ที่มีความน่าเชื่อถือสูงและควบคุมภาพลักษณ์ได้ดีกว่าคนจริง

- การรวมตัวกันของสังกัดเล็ก หรือค่ายใหญ่เริ่มขยายสาขาไปต่างประเทศ ขยายแฟนคลับสู่สากล ประเภท VTuber ในประเทศไทย มี 3 รูปแบบหลัก ดังนี้

1. แบ่งตามรูปแบบการสังกัด เป็นตัวกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการและความเป็นเจ้าของสิทธิ์ตัวละคร

- สังกัดค่าย มีบริษัทดูแลเรื่องการตลาด อุปกรณ์ การผลิตโมเดล และกฎหมาย แลกกับการแบ่งรายได้และกฎระเบียบที่เข้มงวด

- อิสระ จัดการด้วยตนเองและรับภาระค่าใช้จ่ายทั้งหมด เช่น จ้างวาดโมเดล วางแผนคอนเทนต์ และการโปรโมต

- กึ่งอิสระ หรือกลุ่มรวมตัวของวิทูเบอร์อิสระ ช่วยกันทำกิจกรรมหรือแชร์ทรัพยากร ไม่มีบริษัทควบคุม



2. แบ่งตามเทคโนโลยีที่ใช้ เกณฑ์นี้สะท้อนถึงการลงทุน และรูปแบบการนำเสนอ

- 2D รูปร่าง 2 มิติ ที่ขยับผ่านโปรแกรม ประเภทนี้ได้รับความนิยม เพราะให้ความรู้สึกเหมือนตัวละครอนิเมะและใช้สเปคคอมพิวเตอร์ไม่สูงมาก
- 3D ใช้โมเดล 3 มิติเต็มรูปแบบ สามารถขยับท่าทางได้สมจริงมากกว่า และใช้เซนเซอร์จับการเคลื่อนไหวทั้งตัว พบในกลุ่มที่มีการจัดคอนเสิร์ตหรือมีงบประมาณสูง
- การใช้รูปภาพนิ่ง 2-3 ภาพสลับไปมาตามเสียงพูด และเป็นจุดเริ่มต้นของวีทูปเบอร์อิสระหลายคนเพราะต้นทุนต่ำที่สุด

3. แบ่งตามลักษณะคอนเทนต์หลัก ในไทยจะมีการจัดกลุ่มวีทูปเบอร์ตามความถนัดเพื่อดึงดูดผู้ชมเฉพาะกลุ่ม ดังนี้

- เล่นเกมเป็นหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดในไทย
- ร้องเพลง Cover หรือทำเพลง Original กลุ่มนี้จะมีรายได้เสริมจากงานร้องเพลงหรืองานโชว์ตัว
- การพูดคุย เล่าเรื่อง (Variety) หรือสร้างเสียงที่ทำให้ผ่อนคลาย (ASMR: Autonomous Sensory Meridian Response)
- เพื่อการศึกษา หรือเป็นมาสคอตของแบรนด์สินค้า เช่น วีทูปเบอร์ของมหาวิทยาลัย หรือแบรนด์สินค้าไอที

การจัดการธุรกิจวีทูปเบอร์อิสระ

การกำหนดให้วีทูปเบอร์เป็นธุรกิจ ตามหลักการของเศรษฐศาสตร์การจัดการ และทฤษฎีองค์การที่มีการเกิด Economic Activity อย่างชัดเจน มีการจ้างงาน และมีการหมุนเวียนของปัจจัยการผลิตเพื่อให้เกิดกำไร (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2567) ดังนี้

1. วีทูปเบอร์ มีกระบวนการเปลี่ยนทุนให้เป็นมูลค่า องค์ประกอบธุรกิจที่สำคัญ คือ การนำทรัพยากร ผ่านกระบวนการ เพื่อผลิตที่มีมูลค่าด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้

- Input ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ ทุนมนุษย์: ทักษะผู้แสดง, ทุนเทคโนโลยี: ซอฟต์แวร์/ฮาร์ดแวร์ ทุนทางปัญญา: ลิขสิทธิ์อวดาร
- Process กระบวนการ การผลิตเนื้อหา การสตรีมสด การตลาด
- Output ผลลัพธ์ ความบันเทิง บริการโฆษณา สินค้าที่ระลึก

2. โมเดลหรือรูปแบบการสร้างที่หลากหลาย ความสำคัญของธุรกิจจะต้องมีรายได้ วีทูปเบอร์มีโครงสร้างรายได้เป็นระบบ รูปแบบที่ชัดเจนและวัดผลได้ด้วยตัวเลขทางการเงิน ดังนี้

- การขายสินค้า เช่น ตัวคอนเสิร์ตเสมือน
- การรับจ้างรีวิวสินค้า การเป็นพรีเซนเตอร์
- ส่วนแบ่งค่าโฆษณา ระบบสมาชิก การส่งของขวัญ

3. วีทูปเบอร์อิสระหรือสังกัดค่าย มีลักษณะขององค์กรธุรกิจ มีโครงสร้างการจัดการ มีรูปธรรมของการประยุกต์ใช้หลักการ POLC อย่างเต็มรูปแบบเพื่อการจัดการทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

- การจดทะเบียนบริษัท กรณีวีทูปเบอร์สังกัดค่าย หรือการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อทำสัญญาทางกฎหมายและจ่ายภาษี

- การแบ่งหน้าที่ชัดเจน เช่น ผู้จัดการ นักตัดต่อ ฝ่ายกฎหมาย และศิลปิน

4. มีการจัดการความเสี่ยงเมื่อเกิดเหตุที่ต้องหยุดอย่างกะทันหัน และป้องกันทรัพย์สินทางปัญญา ความสำคัญของธุรกิจ คือ การถือครองสินทรัพย์ และการจัดการสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ รวมถึงการรักษาความลับ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ดังนี้

- วิทูเบอร์ มีระบบการจัดการที่ต้องรับผิดชอบการดำเนินงานทั้งหมดด้วยตนเอง เพื่อป้องกันกรณีเกิดปัญหาที่ทำงานต้องหยุดชะงัก จึงต้องมีแผนงานรองรับเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาทางเทคนิค ปัญหาสุขภาพกาย

- การจ้างงานจากภายนอกกับการรักษาความลับเชิงธุรกิจ เส้นใต้และหัวใจของ VTuber คือ หน้ากากและตัวตนเสมือนจึงต้องปกปิดตัวตนจริงโดยอ้างอิงกฎหมายที่เกี่ยวข้องมาช่วยดูแล

- ตัวอวตารและชื่อเสียงไม่ได้เป็นแค่รูปภาพ เป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่า สามารถโอนย้ายหรือซื้อขายสิทธิ์ได้ จึงต้องมีแนวทางการจัดการความเสี่ยงในการเลือกจ้างหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในการรักษาความลับ

วิทูเบอร์มิได้เป็นเพียงปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมดิจิทัลเท่านั้น จัดเป็นธุรกิจเต็มรูปแบบในอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โครงสร้างการผลิตชัดเจน มีกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านทุนมนุษย์เสมือน และมีการบริหารจัดการสินทรัพย์ทางปัญญาเชิงกลยุทธ์เพื่อเป้าหมายทางเศรษฐกิจ

ความสำคัญของกระบวนการ POLC เพื่อการจัดการธุรกิจ

กระบวนการ POLC ช่วยสร้างวงจรแห่งความสำเร็จให้กับธุรกิจ ถ้าขาดข้อใดข้อหนึ่งไปธุรกิจจะขาดความสมดุลทันที โดยมีความสำคัญดังนี้

1. กระบวนการจัดการ ที่มีการแบ่งหน้าที่เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ มีกฎพื้นฐานในการจัดการ พร้อมกรอบความคิดช่วยจัดระเบียบการทำงานที่ซับซ้อนให้เป็นระบบ และขั้นตอนที่สามารถเป็นแนวทางการจัดการของนักบริหาร (พยอม วงศ์สารศรี, 2561)

2. องค์ประกอบของ POLC

- P: Planning (การวางแผน) การกำหนดเป้าหมายและเลือกแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมที่สุด ทำอะไร ใครทำ เมื่อไหร่

- O: Organizing (การจัดองค์กร) การจัดสรรทรัพยากร เช่น คน เงิน และมอบหมายอำนาจหน้าที่สอดคล้องกับแผนที่วางไว้

- L: Leading (การนำ/การจูงใจ) การใช้อิทธิพลและภาวะผู้นำจูงใจคนทำงานด้วยความเต็มใจและมีทิศทางเดียวกัน

- C: Controlling (การควบคุม) การติดตามผลงาน เปรียบเทียบกับมาตรฐาน และแก้ไขหากมีความผิดพลาดเพื่อให้ทำงานสำเร็จตามแผน

3. การใช้ POLC ในธุรกิจ ช่วยสร้างระบบทำให้เกิดระเบียบการใช้ทรัพยากร ทุนมนุษย์เสมือนจะถูกใช้อย่างคุ้มค่าที่สุด

วิทูเบอร์อิสระ เป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง การนำกระบวนการ POLC จึงมีความเหมาะสมในการดำเนินงานของธุรกิจ ช่วยเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์เป็นมูลค่าทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม เริ่มการวางแผนกำหนดทิศทางมีเป้าหมายพร้อมสร้างกลยุทธ์ที่ชัดเจน การจัดองค์กรเพื่อจัดสรรทรัพยากร ได้แก่ เงิน คน อุปกรณ์ อย่างคุ้มค่า พร้อมสร้างภาวะผู้นำทางธุรกิจที่สามารถขับเคลื่อนแรงบันดาลใจให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และการสื่อสารที่ดี และมีการควบคุมพร้อมประเมินผลด้วยการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนเพื่อการปรับปรุงธุรกิจให้อยู่รอดได้

แนวคิด POLC เพื่อการจัดการธุรกิจวิทูเบอร์อิสระ

กระบวนการ POLC มีระบบการจัดการที่สามารถช่วยการจัดการธุรกิจวิทูเบอร์อิสระบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. P: Planning การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบวิทูเบอร์อิสระเชิงธุรกิจอย่างเป็นระบบเพื่อบริหารขอบเขตความปลอดภัย ปกป้องความเป็นส่วนตัวของร่างจริง เสมือนพิมพ์เขียวธุรกิจวิทูเบอร์อิสระ ลดความเสี่ยง



การลงทุนด้วยตนเอง เมื่อวางแผนตามเป้าหมายธุรกิจแล้ว จะต้องออกแบบอัตลักษณ์ กำหนดสมรรถนะตัวละครมีทักษะเด่นอะไร เช่น ร้องเพลง ตลก เล่นเกม ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และวางแผนบริหารความเสี่ยง เนื่องจาก เป็นทุนมนุษย์ที่ซ่อนอยู่หลังร่างเสมือน ต้องมีแผนรองรับหากเกิดกรณีเหตุการณ์แรคเตอร์และรักษาความลับของตัวตนจริง การวางแผนเป็นรากฐานสำคัญเพื่อกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

- สร้างอัตลักษณ์เสมือนมุ่งเน้นการออกแบบผสานกัน ระหว่างความนิยมสถาปัตยกรรมตัวละครและความสามารถในการเข้าถึง ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง ควบคู่การสร้าง Storytelling และอัตลักษณ์เพื่อการจดจำ

- กำหนดเป้าหมายชัดเจน กลุ่มผู้เล่นเกม หรือกลุ่มต้องการสนับสนุนทางอารมณ์ ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response) เน้นเป้าหมายตลาดเฉพาะ ไม่ทำเนื้อหาทั่วไปเพื่อสร้างฐานแฟนคลับวงเริ่มต้น

- วิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ผ่านการออกแบบตัวละคร ใช้สโลแกนที่ผู้ชมเข้าถึงง่าย และการสร้างสตอรี่เบื้องหลังเพื่อเพิ่มมูลค่าทางจิตใจ

- วางแผนงบประมาณหมุนเวียน กำหนดสัดส่วนรายได้เพื่อนำกลับมาลงทุนซ้ำในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ในอนาคตเพื่อขยายฐานผู้ติดตาม

- บริหารความเสี่ยง วางแผนล่วงหน้าปกปิดตัวตนจริงเพื่อความปลอดภัย การถูกขูดคูปัประวัติป้องกันปัญหาลิขสิทธิ์ ตัวตนจริงไม่ซ้อนกับภาพลักษณ์อวตาร เพื่อให้ผู้ชมติดตามได้อย่างต่อเนื่อง

2. O: Organizing การจัดโครงสร้างองค์กรแบบกิจการเจ้าของคนเดียวควบคู่กับการบริหารเครือข่ายพันธมิตรจัดจ้างภายนอก วิถีบุเออร์อิสระต้องปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะ องค์กรที่มีบุคคลคนเดียว หรือกิจการเจ้าของคนเดียว ทำหน้าที่ทุกอย่างในองค์กร ต้องมีความคล่องตัวสูง ตัดสินใจเด็ดขาดแบบร้อยเปอร์เซ็นต์ การจัดการทุนมนุษย์จึงมีความเสี่ยงสูง ถ้าเกิดภาวะป่วยหรือหยุดพักธุรกิจจะหยุดทันที มีกลยุทธ์การจัดการองค์กร ดังนี้

- การรักษาความลับเชิงธุรกิจ เส้นใต้และหัวใจของ VTuber คือ หน้ากากและตัวตนเสมือน จึงต้องปกปิดตัวตนจริง การจ้างคนนอก เช่น วาดโมเดล ตัดต่อคลิป ผู้จัดการส่วนตัว มีความเสี่ยงสูงที่ความลับจะถูกเปิดเผย การรักษาความลับด้วยการจ้างมืออาชีพที่มีชื่อเสียง มีประวัติการทำงานกับ VTuber คนอื่นมาแล้ว คนกลุ่มนี้จะรักษาชื่อเสียงและจรรยาบรรณวิชาชีพ

- การใช้ทรัพยากรภายนอก ใช้ความเชี่ยวชาญจากคนอื่นแทน ลดต้นทุนค่าเสียโอกาส เลือกจ้างงานที่ซับซ้อนต้องเวลาแลกกับการมีเวลาผลิตคอนเทนต์หลักให้มีประสิทธิภาพ เช่น จ้างวาดร่างอวตาร จ้างทำตัวอวตารขยับได้ จ้างคนตัดต่อ หรือทำเพลงประกอบ จ้างแบบรายครั้ง ไม่ต้องรับภาระของพนักงานประจำ

- การทำสัญญาจ้าง ระบุชัดเจนต้องชดเชยค่าเสียหายตามกฎหมาย ถ้าเปิดเผยวิธบุเออร์และตัวตนร่างจริง

- สร้างระบบป้องกัน ห้ามใช้บัญชีส่วนตัว สร้างอีเมล บัญชีธนาคาร ให้ติดต่อในนามชื่อวงการหรือรูปแบบนิติบุคคล

- ใช้แพลตฟอร์มการจ่ายเงินที่เป็นตัวกลางในการจ้างงานหรือบัญชีธนาคารเฉพาะเพื่อปกปิดชื่อจริงควรใช้ Prompt Pay ที่ผูกกับเลขทะเบียนพาณิชย์หรือนิติบุคคล

- สร้างระบบตรวจสอบและการให้สิทธิ์เข้าถึงข้อมูล เมื่อมีเหตุให้ทีมงานเข้าถึงข้อมูล ควรให้สิทธิ์ระดับ Editor ห้ามให้รหัสผ่านหลัก พร้อมเปิดระบบความปลอดภัยยืนยันตัวตน 2 ชั้นเสมอ

- การจัดการทรัพยากรบุคคล คือ ตนเอง มุ่งสร้างความยืดหยุ่นทางจิตใจ ป้องกันภาวะหมดพลังใจ โดยการจัดลำดับความสำคัญของงาน ผ่านแผนปฏิบัติการรายปี กระจายสู่งานรายเดือน

- การจัดการโครงสร้างการสื่อสารที่ปลอดภัย เช่น การเข้าสู่โปรเซสติดตามสื่อสาร ไม่แจ้งสถานที่อยู่จริงเพื่อความปลอดภัยและป้องกันการคุกคามในโลกจริง

3. L: Leading ผู้นำตนเองและสร้างแรงจูงใจต่อผู้รับชมผ่านดิจิทัลคอนเทนต์ สร้างภาวะผู้นำในโลกเสมือน เมื่อเผชิญกับวิกฤตการณ์หรือประเด็นขัดแย้งต้องฟังอย่างมีวิจารณญาณ แยกข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น

พร้อมประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลและเจตนาของผู้พูดและวิเคราะห์หาเหตุผลที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังคำพูด รับฟังปัญหาตามข้อเท็จจริง และแก้ไขอย่างตรงจุดเพื่อรักษาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของวิทูเบอร์ การรักษา กำลังใจที่ต้องเผชิญความเครียดจากการวิจารณ์ออนไลน์ ต้องเป็นผู้นำที่มีทักษะในด้าน ดูแลจิตใจพร้อมสร้าง วัฒนธรรมร่วมให้รู้สึกรับรู้ไปด้วยกัน ยอมรับบทบาทเสมือนเพื่อให้การสื่อสารเป็นธรรมชาติ โดยมีการนำดังนี้

- สร้างระบบนิเวศในสื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดการมีส่วนร่วม เป็นผู้นำทางความคิดที่เข้าถึงง่าย สร้างกิจกรรมที่ผู้ชมสามารถร่วมออกแบบประสบการณ์ได้

- การรักษามาตรฐานการสื่อสาร สร้างภาพจำที่น่าเชื่อถือเป็นมืออาชีพ
- การแสดงวุฒิภาวะการจัดการวิกฤต การรับฟังเชิงรุกและการสื่อสารอย่างมีสติเพื่อรักษาความ พื่อใจของผู้ชม

- การสร้างอิทธิพลทางสังคมเสมือน การจูงใจและพร้อมการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค เพื่อเปลี่ยนสถานะจากผู้ชมให้เป็นผู้สนับสนุน

- ผู้นำทางความคิด สร้างแรงบันดาลใจให้คนดูผ่านการกระทำที่ซื่อสัตย์และการรักษาศีลธรรมที่ ถูกต้องตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ไม่ลอกเลียนแบบงานของผู้อื่น การสร้างบรรทัดฐานให้กับผู้ติดตามและวงการ เริ่ม จากใช้โมเดลตัววิทูเบอร์และการใช้ภาพพื้นหลังที่สร้างผ่านการวาดภาพด้วยมือมนุษย์ ไม่ใช่ภาพ AI

4. C: Controlling การควบคุมการแสดงผลออกของร่างเสมือนตามจรรยาบรรณวิชาชีพพร้อมประเมินผล งานอย่างต่อเนื่องและบริหารความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์อย่างทันการณ์ รักษามาตรฐานด้วยการควบคุมการ แสดงออกของร่างเสมือนไม่หลุดจากกรอบที่วางไว้ กระบวนการนี้ จะช่วยตรวจสอบเพื่อความอยู่รอดในระยะยาว การวัดผลความสำเร็จไม่ได้ดูเพียงยอดวิวจะต้องรวมถึงอัตราการรักษาสมาชิก ยอดเงินการสนับสนุนระหว่าง การถ่ายทอดสด และความพึงพอใจของผู้ชม เพื่อนำมาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันการณ์ ควบคุมการสร้างวงจรป้อนกลับ เพื่อปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มีแนวทาง ดังนี้

- นำข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวนผู้ติดตามและรายได้จากสมาชิกเพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน ของคอนเทนต์

- ควบคุมความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ทำโปรโตคอลตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคลและ สภาพแวดล้อมทางภาพก่อนเผยแพร่สู่สาธารณะ

- สร้างความเข้าใจบุคคลรอบข้าง ปกป้องความเป็นส่วนตัวในฐานะทุนมนุษย์เสมือน

- วางมาตรการตรวจสอบคุณภาพ ทางเทคนิคภาพ/เสียง ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตจริง

- ความกล้าปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงาน เมื่อข้อมูลบ่งชี้ว่าเทรนด์หรืออัลกอริทึมมีการ เปลี่ยนแปลง เพื่อความอยู่รอดในสถานะตลาดผันผวน

- ติดตามยอดวิว รายได้ เพื่อประเมินการพัฒนา จะช่วยเชื่อมโยงทรัพยากร ประสานคนและงาน เพื่อควบคุมธุรกิจไม่หลงทางและปรับตัวได้เร็ว

- ควบคุมความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก เมื่อเกิดเรื่องราวที่ก่อผลเสียต่อภาพลักษณ์ การจัดการ เบื้องต้นคือการตั้งสติ ห้ามตอบโต้ด้วยอารมณ์ทันที หยุดสตรีมและหยุดเคลื่อนไหวในโซเชียลมีเดียเพื่อประเมิน สถานการณ์ จากนั้นเตรียมร่าง คำแถลงการณ์ คำขอโทษหรือชี้แจง โดยยอมรับความจริงยอมรับขอโทษผู้เสียหาย พร้อมเสนอแนวทางแก้ไข โดยมีบุคคลที่ไว้วางใจได้หรือคนในวงการช่วยตรวจสอบภาพาก่อนเผยแพร่

- ควบคุมปัญหาฉุกเฉิน แก้ปัญหาทางเทคนิค อุปกรณ์ชำรุด เน็ตไม่เสถียร มีแผนสำรองอุปกรณ์ หรือเครือข่ายทดแทน ส่วนปัญหาด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต เจ็บป่วย เตรียมสำรองคอนเทนต์ คลิปไฮไลต์ คลิปสั้น พร้อมการสื่อสารกับแฟนคลับแบบจริงใจเรื่องตารางการพักผ่อน การขอลาพักออนไลน์อย่างเป็นระบบ



ความอยู่รอดของธุรกิจวีทูปเบอร์อิสระในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสวยงามของโมเดลเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับขีดความสามารถในการจัดการตนเองเสมือนองค์กรธุรกิจ การใช้ POLC ช่วยให้ผู้ทูปเบอร์อิสระ สามารถเปลี่ยนผ่านจากการเป็นเพียงผู้สร้างสรรค์สู่การเป็นผู้จัดการทุนวัฒนธรรมเสมือน สามารถรองรับความเสี่ยงและสร้างกำไรได้อย่างเป็นรูปธรรม

สรุป

บทความนี้ ศึกษาวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวตนจริงของวีทูปเบอร์อิสระพบว่า แนวคิด POLC สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจวีทูปเบอร์อิสระในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างมีนัยสำคัญ ในบริบทของธุรกิจที่มีบุคคลคนเดียวทำหน้าที่ทั้งหมด ด้วยกลยุทธ์ P: การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบวีทูปเบอร์อิสระเชิงธุรกิจอย่างเป็นระบบเพื่อลดความเสี่ยงการลงทุนที่รับผิดชอบคนเดียวกับการบริหารความปลอดภัยปกป้องความเป็นส่วนตัวของร่างจริง O: การจัดโครงสร้างองค์กรแบบกิจการเจ้าของคนเดียวควบคู่กับการบริหารเครือข่ายพันธมิตรจัดจ้างภายนอก L: การเป็นผู้นำขับเคลื่อนตนเองและสร้างแรงจูงใจต่อกลุ่มผู้ชมผ่านดิจิทัลคอนเทนต์พร้อมเป็นผู้นำด้านจรรยาบรรณในวิชาชีพ มีจริยธรรมการใช้ AI และ C: การควบคุมการแสดงออกของร่างเสมือนเพื่อรักษามูลค่าของทุนมนุษย์เสมือนตามจรรยาบรรณวิชาชีพพร้อมประเมินผลงานอย่างต่อเนื่องและบริหารความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ของวีทูปเบอร์อย่างทันการณ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดดิจิทัล และประเด็นสำคัญที่ค้นพบคือการจัดการทุนมนุษย์เสมือนในธุรกิจนี้ ก้าวข้ามขอบเขตของการบริหารแรงงานทั่วไปสู่การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างร่างและวิญญาณ ด้วยยุทธศาสตร์การปกปิดตัวตนจริงเป็นเกราะป้องกันความปลอดภัยและรักษาความสมบูรณ์ของจินตนาการที่ส่งผลโดยตรงต่อมูลค่าของแบรนด์ ตัวตน VTuber ได้เปลี่ยนสถานะจากบุคคลธรรมดาสู่สินทรัพย์ดิจิทัลที่มีชีวิตไร้ข้อจำกัดด้านกายภาพ สำหรับข้อเสนอแนะ ธุรกิจนี้มีความเสี่ยงสูง ควรมีการกระจายความเสี่ยงด้านแพลตฟอร์ม กฎหมายดูแลผู้ประกอบการวีทูปเบอร์อิสระ การสำรองอุปกรณ์และข้อมูล การดูแลสุขภาพกายและใจของวีทูปเบอร์อย่างเป็นระบบ และสร้างคอมมูนิตีปิดสมาชิกหรือกลุ่มเฉพาะกิจเพื่อรักษาฐานแฟนคลับ

เอกสารอ้างอิง

- กมลพรรณ ลีลาพงศ์พันธุ์. (2566). กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์และการสร้างความผูกพันของวีทูปเบอร์ในอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล. วารสารนิเทศศาสตร์และปริทัศน์, 27(2), 155-170.
- นัทธมน เชื้อเงิน และอรไท ชั่วเจริญ. (2565). อิทธิพลของวีทูปเบอร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวีทูปเบอร์. กรุงเทพมหานคร: โครงการ IT-Smart คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประสงค์ อุทัย. (2561). การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ปิยะดา อัสวพลังกุล. (2567). การจัดการทุนมนุษย์เสมือนและทิศทางการเติบโตของธุรกิจ Virtual Influencer ในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการ, 12(1), 89-105.
- ปิยะพล รอดคำดี. (2567). บทบาทและอนาคตของวีทูปเบอร์ในประเทศไทย. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์, 28(2), 58-66.
- พยอม วงศ์สารศรี. (2561). การจัดการทรัพยากรมนุษย์. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรินันท์ เหลืองอภิรมย์. (2564). พื้นฐานธุรกิจดิจิทัล. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สมชาย เล็กเจริญ และณัฐมิน บินโซดาโอะ. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกวีทูปเบอร์ในประเทศไทย. วารสารศิลปการจัดการ, 6(3), 850-865.

- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2567). รายงานผลการสำรวจดัชนีชี้วัดอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย ประจำปี 2566 และแนวโน้ม 3 ปี. (หน้า 4-7). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล.
- Kelly N. (2022). The rise of VTubers: How virtual avatars are taking over the internet Forbes. Retrieved May 7, 2026, from <https://www.forbes.com/sites/forbes-article-link>