

Анастасія МІРОШНИЧЕНКО

студентка кафедри промислового маркетингу

Наталія ПИСАРЕНКО

к.е.н., доцент кафедри промислового маркетингу

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

МЕТАВСЕСВІТ, ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

Термін метавсесвіт ввів у 1992 році письменник-фантаст Ніл Стівенсон. Його найпростіше визначення звучить як «концепція віртуального світу з повним зануренням, де люди збираються, щоб спілкуватися, грати та працювати». Це змодельоване цифрове середовище, яке поєднує доповнену реальність (AR), віртуальну реальність (VR), блокчейн і принципи соціальних мереж, щоб створити зони для насиченої взаємодії між користувачами, які імітують реальний світ.

Концепція метавсесвіту, нещодавно оприлюднена завдяки ребрендингу Facebook як Meta, революціонує нашу взаємодію зі світом. Генеральний директор Facebook Марк Цукерберг заявив, що «наступне покоління Інтернету — метавсесвіт», і що існуючі соціальні мережі увійдуть під егіду цієї нової хвилі. Він описує метавсесвіт як «віртуальне середовище, де ви можете репрезентувати себе з людьми в цифровому просторі. Ви можете сприймати це як втілений Інтернет, у якому ви перебуваєте, а не просто дивитесь на нього».[2]

Велика кількість світових брендів, таких як Samsung, Adidas, Atari, Dolce&Gabbana, Tommy Hilfiger, Estée Lauder, одразу зацікавились новим простором та почали активно його використовувати для просування, купуючи ділянки землі та розміщуючи у метавсесвіті віртуальні аналоги продукції та послуг. Компанії активно інвестують у метавсесвіт, а споживачі залюбки купують їхні товари за реальні кошти.

Тож світ вже визначився, що метавсесвіт – наше майбутнє. А що ж до українських компаній? Метавсесвіт – ще один спосіб об'єднати усіх людей світу поза фізичним простором, а отже це ще одна нагода для українських компаній сягнути світового рівня.

Українські IT-компанії швидко пристосувались до нового простору для роботи, та почали випускати розширення для проведення зустрічей та конференцій у метавсесвіті, допомогою підприємствам у створенні елементів, створюють розважальний контент у метавсесвіті, чим демонструють приклад для інших національних компаній.[3]

Також метавсесвіт став ділянкою для поширення інформації про війну в Україні. Наприклад, Vogue Україна робить перші кроки в метавсесвіт, щоб підтримати українську індустрію моди, оскільки війна продовжує руйнувати

країну. Vogue співпрацює з ринком NFT The Dematerialized (DMAT), щоб висвітлити роботу трьох дизайнерів: Bevza, Gudu and Ienki Ienki. Усі три бренди продемонстрували свої дизайни в Парижі 28 вересня під час тижня моди, перш ніж цей фізичний одяг було переведено в NFT, які можна купувати через DMAT. «Vogue UA не обмежується географією – ми тепер скрізь, де є українці», – розповідає про мотивацію проекту головний редактор Філіп Власов.[2]

Звичайно, створення нової реальності не обійшлося без проблем. По мірі того, як Meta розширює доступ до своєї платформи віртуальної реальності, тривожні звіти про сексуальне насильство та домагання над жінками в метавсесвіті також наростають. Від віце-президента з досліджень іншої компанії метавсесвіту, яка стверджує, що її обмацала група чоловічих аватарів протягом 60 секунд після приєднання, до нещодавнього дослідника глобальної некомерційної організації, яка приєдналася до платформи віртуальної реальності для вивчення поведінки користувачів, лише щоб зіткнутись із актом сексуального насильства з боку іншого користувача протягом години, поки інші спостерігали, метавсесвіт Facebook охрестили «ще однією вигрібною ямою токсичного вмісту».[4]

Яким чином некараність насильства у метавсесвіті може торкнутись українських компаній? На жаль, окрім світової підтримки, Україна також регулярно стикається із ненавистю з боку окремих осіб. Такі випадки спостерігаються, як у фізичному просторі, так і у соціальних мережах, а отже при виході підприємств у метавсесвіт, варто бути готовим до подібних проблем.

Тим не менш, перші кроки українських компаній у метавсесвіт вже відбулись, і варто прослідкувати далі. Українські компанії завжди швидко підхоплювали тренди світового діджитал-маркетингу, тож і цього разу можемо сподіватись на активний розвиток представників українського бізнесу у метавсесвіті, за умови можливості продовження розвитку українських підприємств у сучасних умовах.

Список використаних джерел

1. Kerry Mcdermott, Vogue Ukraine Enters The Metaverse To Support The Country's Fashion Talent, 28.09.2022 [Електронний ресурс], URL: <https://www.vogue.co.uk/news/article/vogue-ukraine-dmat-nft>
2. Laeeq, K. (2022). Metaverse: Why, How and What. Access date: 18 April 2022, URL: https://www.researchgate.net/publication/358505001_Metaverse_Why_How_and_What/link/62053bb0afa8884cabd70210/download
3. Top 7 metaverse companies operating in Ukraine, 14.03.2022 [Електронний ресурс], URL: <https://payspacemagazine.com/metaverse/top-7-metaverse-companies-operating-in-ukraine/>
4. Trang Le, Sexual assault in the metaverse is part of a bigger problem that technology alone won't solve, 22.07.2022 [Електронний ресурс], URL: <https://lens.monash.edu/@politics-society/2022/07/22/1384871/sexual-assault-in-the-metaverse-theres-nothing-virtual-about-it>