

วันที่: 29 ธันวาคม 2557

แหล่งที่มา: Byteline and Technology Facebook Page

<http://www.facebook.com/BytelineNation/photos/a.214552741890743.57190.214435631902454/903996859612991/>



Byteline & Technology

PwC คาดปี 2561 อุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะยอดขายทะลุ 130 ล้านชิ้น

PwC เผยอุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะเทรนด์ใหม่มาแรงของโลกอนาคต คาดปี 61 ยอดขายแตะ 130 ล้านชิ้น ต้นมูลค่าตลาดแตะเกือบ 2 แสนล้านบาท เหตุเป็นสินค้าไอทีที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ต้องการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์อื่นๆ ได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยเฉพาะกลุ่มคน Gen Y

น.ส. วิไลพร ทวีลาภพันทอง หัวหน้าสายงานธุรกิจที่ปรึกษา บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย) เปิดเผยถึงผลสำรวจThe Wearable Future ซึ่งทำการสำรวจกลุ่มผู้บริโภค ผู้บริหาร และผู้นำที่มีอิทธิพลกับเทคโนโลยีสวมใส่และสังคมออนไลน์ชาวสหรัฐ จำนวน 1,000 รายว่า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ (Wearable Technology) เช่น นาฬิกาอัจฉริยะ (Smart Watch) กำไลข้อมือเพื่อสุขภาพ แว่นตาแบบมีจอภาพ หรือ หูฟังไร้สาย กำลังกลายเป็นสินค้าไอทีที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั่วโลกอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นสินค้าที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์หรือรูปแบบการใช้ชีวิตผ่านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหรือคอมพิวเตอร์อัจฉริยะเข้ากับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว (Internet of Things) มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยคาดการณ์ว่าในปี 2561 ยอดขายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่จะสูงถึง 130 ล้านชิ้น และมูลค่าตลาดจะสูงถึง 197.119 ล้านบาท

"กระแสดความนิยมของอุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะทั่วโลกจะยิ่งเติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ ในระยะข้างหน้า นำโดยตลาดพัฒนาแล้วอย่างสหรัฐอเมริกา ที่ผลสำรวจของเราพบว่า 20% ของชาวอเมริกันเป็นเจ้าของอุปกรณ์สวมใส่แบบพกพา โดยเรายังมองว่าอัตราการใช้จะยิ่งขยายตัวมากขึ้น หลังมีอัตราการดีดออก ๆ กับอุปกรณ์แท็บเล็ตในปี 2555"

อัลบั้ม: รูปภาพบนโซเชียลมีเดีย

แชร์ให้: สาธารณะ

เปิดดูแสดงรูปภาพ

ดาวน์โหลด

ฝังโพสต์

น.ส.วิไลพร กล่าวต่อว่า เวลานี้เทคโนโลยีกำลังเดินทางไปสู่แพลตฟอร์มใหม่ ที่ไม่ใช่แค่การใช้โมบาย หรือ สมาร์ทโฟนเป็นแพลตฟอร์มอีกต่อไป แต่เรากำลังเคลื่อนที่ไปสู่การใช้อุปกรณ์อื่นที่ทำหน้าที่เชื่อมต่อกับโลกอินเทอร์เน็ตแทน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ที่เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันอย่างแยกจากกันไม่ได้

ในส่วนของภาคธุรกิจ นางสาววิไลพร กล่าวด้วยว่า เทคโนโลยีอุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะจะกลายมาเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของการธุรกิจ (The next big thing) ในระยะข้างหน้า โดยผู้บริหารจะต้องเร่งปรับกลยุทธ์โดยรับเอานวัตกรรมใหม่ๆ เหล่านี้มาปรับใช้กับองค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน อีกทั้งยังช่วยสร้างแบรนด์ให้มีความแข็งแกร่งและเกิดความทันสมัยต่อทั้งลูกค้าและพนักงานภายในองค์กร

ทั้งนี้ ผลการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y หรือมิลเลนเนียลถึง 53% และกลุ่มผู้บริโภคหัวก้าวหน้าที่ชอบลองสิ่งใหม่ ๆ (Early adopter) ถึง 54% รู้สึกตื่นเต้นและสนใจพัฒนาการของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ในอนาคต ในขณะที่ 79% ยังคาดหวังว่า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่จะสามารถสร้างสรรค์สื่อและความบันเทิงให้พวกเขาได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิง สุขภาพ และค้าปลีก ควรเร่งปรับตัว หันมาพัฒนาผลิตภัณฑ์อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ บนแพลตฟอร์มหรืออุปกรณ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่เหล่านี้

อย่างไรก็ดี สิ่งที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขยายตัวของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ คือ ราคา ความปลอดภัยทางด้านข้อมูล และความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ โดยผลสำรวจพบว่า มีเจ้าของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ถึง 33% ที่บอกว่าตนเลิกใช้หลังซื้อมาได้หนึ่งปี หรือแทบจะไม่ได้ใช้งานเลย โดย 82% กังวลว่าความไม่เสถียรของอุปกรณ์จะทำให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลส่วนตัวและคุกคามความเป็นส่วนตัวของพวกเขา ขณะที่ 86% เป็นห่วงความปลอดภัยของข้อมูล

ทั้งนี้ ผลประโยชน์ 3 อันดับแรกของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ที่ผู้บริโภคคาดหวัง ได้แก่ 1. ความปลอดภัยในการดำเนินชีวิต (Improved Safety) โดยผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคถึง 90% ต้องการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ที่สามารถดูแลความปลอดภัยให้แก่เด็กๆ ได้ 2. สุขภาพชีวิตที่ดีขึ้น (Healthier Living) โดยอุปกรณ์ดังกล่าว สามารถตรวจรายการอาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายที่ถูกต้อง รวมไปถึงแนะนำสถานพยาบาลได้ด้วย 3. การใช้งานต้องง่ายและสะดวกสบาย (Simplicity and ease of use)