



เผยเทรนด์อุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะมาแรง ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคดิจิทัล

โดย ASTVผู้จัดการออนไลน์



30 ธันวาคม 2557 23:50 น.

PwC เผยอุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะเทรนด์ใหม่มาแรงของโลกอนาคต คาดปี 61 ยอดขายแตะ 130 ล้านชิ้น ต้นมูลค่าตลาดแตะเกือบ 6 พันล้านเหรียญฯ หรือราว 2 แสนล้านบาท เหตุตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ต้องการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์อื่นๆ ได้ทุกที่ ทุกเวลา

นางสาว วิไลพร ทวีลาภพันทอง หัวหน้าสายงานธุรกิจที่ปรึกษา บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย) เปิดเผยถึงผลสำรวจ The Wearable Future ซึ่งทำการสำรวจกลุ่มผู้บริโภค ผู้บริหาร และผู้นำที่มีอิทธิพลกับเทคโนโลยีสวมใส่และสังคมออนไลน์ชาวสหรัฐ จำนวน 1,000 รายว่า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ (Wearable Technology) เช่น นาฬิกาอัจฉริยะ (Smart Watch) กำไลข้อมือเพื่อสุขภาพ แว่นตาแบบมีจอภาพ หรือ หูฟังไร้สาย กำลังกลายเป็นสินค้าไอทีที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั่วโลกอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นสินค้าที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคยุคใหม่ที่นับวันจะมีไลฟ์สไตล์หรือรูปแบบการใช้ชีวิตผ่านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหรือคอมพิวเตอร์อัจฉริยะเข้ากับสิ่งต่างๆ รอบตัว (Internet of Things) มากขึ้นเรื่อยๆ โดยคาดการณ์ว่าในปี 2561 ยอดขายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่จะสูงถึง 130 ล้านชิ้น และมูลค่าตลาดจะสูงถึง 197,119 ล้านบาท

"กระแสนิยมของอุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะทั่วโลกจะยิ่งเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ ในระยะข้างหน้า นำโดยตลาดพัฒนาแล้วอย่างสหรัฐอเมริกา ที่ผลสำรวจของเราพบว่า 20% ของชาวอเมริกันเป็นเจ้าของอุปกรณ์สวมใส่แบบพกพา โดยเรายังมองว่าอัตราการใช้จ่ายจะยิ่งขยายตัวมากขึ้น หลังมีอัตราการโตพอๆ กับอุปกรณ์แท็บเล็ตในปี 2555" นางสาว วิไลพร กล่าว

ปัจจุบันนี้เทคโนโลยีกำลังเดินทางไปสู่แพลตฟอร์มใหม่ ที่ไม่ใช่แค่การใช้โมบาย หรือ สมาร์ทโฟนเป็นแพลตฟอร์มอีกต่อไป แต่เรากำลังเคลื่อนที่ไปสู่การใช้อุปกรณ์อื่นที่ทำหน้าที่เชื่อมต่อกับโลกอินเทอร์เน็ตแทน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ที่เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันอย่างแยกจากกันไม่ได้

ในส่วนของภาคธุรกิจ นางสาววิไลพรกล่าวว่า เทคโนโลยีอุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะจะกลายมาเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของวงการธุรกิจ (The next big thing) ในระยะข้างหน้า โดยผู้บริหารจะต้องเร่งปรับกลยุทธ์โดยรับเอานวัตกรรมใหม่ๆ เหล่านี้มาปรับใช้กับองค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน อีกทั้งยังช่วยสร้างแบรนด์ให้มีความแข็งแกร่งและเกิดความทันสมัยต่อทั้งลูกค้าและพนักงานภายในองค์กร

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

อย่างไรก็ดี สิ่งที่เกี่ยวข้องเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขยายตัวของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ คือ ราคา ความปลอดภัยทางด้านข้อมูล และความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ โดยผลสำรวจพบว่า มีเจ้าของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ถึง 33% ที่บอกว่าตนเลิกใช้หลังซื้อมาได้หนึ่งปีหรือแทบจะไม่ได้ใช้งานเลย โดย 82% กังวลว่าความไม่เสถียรของอุปกรณ์จะทำให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลส่วนตัวและคุกคามความเป็นส่วนตัวของพวกเขา ขณะที่ 86% เป็นห่วงความปลอดภัยของข้อมูล

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

สำหรับอุตสาหกรรมที่คาดว่าจะได้รับอานิสงส์จากระบบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบันได้แก่

1. อุตสาหกรรมบันเทิง สื่อ และการสื่อสาร (Entertainment, Media and Communications) ถือเป็นอุตสาหกรรมลำดับต้นๆ ที่มีโอกาสในการพัฒนาและเติบโตในตลาดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้พึ่งพาจอแสดงผลเป็นหลัก จึงได้เปรียบกว่าอุตสาหกรรมอื่น โดยพบว่าอุปกรณ์สวมใส่ เช่น นาฬิกา แว่นตา หมวก จะกลายเป็นช่องทางการตลาดและการโฆษณาแบบใหม่ ที่บริษัทสามารถใช้ส่งข้อความโฆษณาไปถึงตัวผู้บริโภคได้โดยตรง โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบการเล่นกีฬาจะนิยมใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่มากกว่ากลุ่มอื่นๆ

นอกจากนี้ อุปกรณ์ดังกล่าวยังช่วยเพิ่มโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ผ่านทางอีคอมเมิร์ซมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในอนาคตหากการโฆษณาผ่านอุปกรณ์ดังกล่าวแพร่หลายมากขึ้น อาจทำให้รายได้จากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงได้

2. อุตสาหกรรมสุขภาพ (Health) ผู้บริโภคจำนวนมากให้ความสนใจอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสุขภาพแบบสวมใส่ (Wearable Health Technology) แม้อัตราการใช้จ่ายคงไม่สูง โดยผู้บริโภคมากกว่า 80% ระบุว่า ประโยชน์ที่สำคัญของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่คือ ทำให้การดูแลสุขภาพเป็นเรื่องง่ายและสะดวกมากขึ้น ผู้ประกอบการที่ต้องการหาประโยชน์จากการเทคโนโลยีสวมใส่อัจฉริยะต้องสามารถเข้าถึงและแปลงข้อมูลเชิงลึก รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพเพื่อช่วยจัดการสุขภาพและลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. อุตสาหกรรมค้าปลีก (Retail) ในอนาคตอันใกล้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ จะกลายเป็นส่วนสำคัญของธุรกิจค้าปลีกในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้ามากขึ้น อาทิ ให้บริการข้อมูลที่มากขึ้น ระบบการชำระเงินที่รวดเร็วขึ้น ช่องทางที่หลากหลายมากขึ้นในการเข้าถึงข้อเสนอที่ดีที่สุด รวมถึงป้อนข้อมูลเรียลไทม์เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อ เรียกได้ว่าผู้บริโภคจะสามารถซื้อปิ้งย่างผ่านช่องทางที่หลากหลาย ได้ทุกที่ ทุกเวลา และการเข้าถึงลูกค้าจากทุกช่องทาง (Omni-channel) โดยไม่จำกัดเฉพาะหน้าจอบนมือถือ แท็บเล็ต หรือที่ร้านค้า จะกลายเป็นประสบการณ์ใหม่ของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม สิ่งที่มีผู้บริโภคกังวลมากที่สุด คือ การละเมิดความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่โดยรอบ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมผู้บริโภค การชำระเงิน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรลงทุนเพื่อหลีกเลี่ยงความกังวลเหล่านี้

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเหล่านี้ยังสามารถนำอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่มาพัฒนาธุรกิจหรือสินค้าและบริการของพวกเขาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ธุรกิจค้าปลีก สามารถนำข้อมูลจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ มาพัฒนาบริการระบบการชำระเงินสินค้าหน้าร้าน โปรแกรมในการสร้างความภักดีระหว่างลูกค้าและแบรนด์ (Loyalty Programmes) หรือธุรกิจด้านสุขภาพ สามารถนำข้อมูลมาพัฒนาการเข้าถึงข้อมูลทางการแพทย์ และวินิจฉัยโรคได้แม่นยำมากขึ้น ส่วนอุตสาหกรรมบันเทิง สื่อ และการสื่อสาร สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาข้อความและวิธีการในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อีกด้วย

เทคโนโลยีสวมใส่ กลยุทธ์ของธุรกิจอนาคต

นางสาววิไลพร กล่าวว่า ผลสำรวจดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ จะเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของวงการธุรกิจ อย่างที่กล่าวไปข้างต้น ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องวางแผนและกำหนดแนวทางการดำเนินกลยุทธ์ เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับการแข่งขัน ซึ่งถือเป็นความท้าทายของโลกอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้นกับทุกธุรกิจ โดยสิ่งที่องค์กรต้องยึดมั่นไว้เสมอเมื่อกำหนดแผนธุรกิจ คือ

• ช่องทางในการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ การขยายตัวของอุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะ จะนำมาซึ่งช่องทางการตลาดใหม่ๆ โดยนำข้อมูลเชิงลึกมาใช้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อุปกรณ์ดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

• การออกแบบโดยยึดคนเป็นศูนย์กลาง (Human-Centred Design) อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่จะมีประสิทธิภาพได้นั้น ธุรกิจต้องยึดผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลางในการผลิต

• ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ เพราะนี่เป็นความกังวลอันดับต้นๆ ของผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการทุกอย่างด้วยความโปร่งใส ไม่ว่าจะเป็นการนำข้อมูลผู้บริโภคไปใช้งาน หรือเปิดเผยวิธีการในการดึงข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ เพื่อสร้างความไว้วางใจให้ผู้บริโภค

• การตระหนักถึงความสำคัญของอุปกรณ์สวมใส่นั้นมีพัฒนาการไปอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการต้องหมั่นมองในระยะยาวต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการทำธุรกิจบนโลกดิจิทัล

สำหรับตลาดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ในประเทศไทยนั้น ปัจจุบันยังไม่คึกคักมากนักเมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐฯ อังกฤษ หรือ ญี่ปุ่น เนื่องจากราคาค่อนข้างแพงและผู้บริโภคมองว่าเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนที่สนใจด้านสุขภาพ หรือกลุ่มที่ชื่นชอบเทคโนโลยีล้ำสมัยมากกว่า

"อย่างไรก็ดี เชื่อว่า อนาคตตลาดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ในไทยจะเติบโตกว่าปัจจุบันแน่นอน เพราะนอกจากสินค้าใหม่ๆ ที่ผู้ผลิตกำลังออกแบบมาจะตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคมากขึ้นแล้ว พฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ของไทย ส่วนใหญ่ชื่นชอบและต้องการก้าวทันเทคโนโลยีสมัยใหม่"

ก่อนหน้านี้ ผลสำรวจของ อินิซิเอทีฟ โกลบอลระบุว่า กลุ่ม Gen Y ของไทยเป็นเจ้าของสมาร์ทโฟน 81% สูงสุดเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ที่ทำการสำรวจ และ 50% ครอบครองถึง 3 อุปกรณ์ ถือเป็นโอกาสสำคัญของผู้ค้าและผู้ประกอบการไทยที่ต้องเร่งปรับกลยุทธ์ให้ทันกับเทคโนโลยีและพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาประเทศในระยะต่อไป