



เจาะกระแส Smart wearable เพื่อสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น

7 March 2019



Smart wearable ถูกนำมาใช้ในหลายมิติของวงการแพทย์และวิทยาศาสตร์การกีฬา อุปกรณ์อัจฉริยะเหล่านี้ สามารถยกระดับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค แต่อาจจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการบางประเภท ซึ่งทำให้ต้องเร่งปรับตัว

ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านม Smart wearable ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น สังเกตได้จากยอดขายในประเทศไทยที่สูงขึ้นเฉลี่ย 23% ต่อปี โดยเฉพาะกลุ่มอุปกรณ์ประเภทเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีการพัฒนาในเรื่องของความแม่นยำ และประสิทธิภาพ ในปัจจุบัน Smart watch สามารถวัดการวิ่งได้ภายใน 5 วินาทีที่เริ่มออกวิ่ง ซึ่งเร็วขึ้นกว่าเมื่อ 5 ปีก่อนที่ต้องใช้เวลาถึง 50 วินาที ด้านความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบสินค้า และค่าที่วัดได้ ก็ดีขึ้นเช่นกัน Smart wearable นั้น ไม่ใช่แค่ Smart watch เพื่อวัดอัตราการเต้นของหัวใจเท่านั้น แต่รวมถึง เสื้อผ้าที่ใช้ใยพิเศษในการทอเพื่อวัดปฏิกิริยาทางไฟฟ้าที่เกิดขึ้นในกล้ามเนื้อของผู้สวมใส่ หรือชุดชั้นในที่สามารถตรวจหาแม่แรงได้ทันที ในด้านความหลากหลายอุปกรณ์เหล่านี้ สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้เฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น โหมดไตรกีฬาใน Smart watch ที่รวมกีฬาทั้ง 3 ประเภทไว้ในโหมดเดียว ฟังก์ชันนี้สามารถตรวจจับการเปลี่ยนชนิดกีฬาของผู้สวมใส่ได้โดยอัตโนมัติ โดยจากการคาดการณ์ของ IDC สถาบันวิจัยด้านการตลาดของรัฐฯ ระบุว่าจำนวนการขายอุปกรณ์ Smart wearable ทั่วโลกจะเติบโตเฉลี่ยสะสมถึง 11.6% ต่อปี จาก 123 ล้านชิ้นในปี 2018 เป็น 190 ล้านชิ้นในปี 2022

ปัจจัยหลัก 3 ประการ ที่ทำให้ตลาด Smart wearable เติบโต ได้แก่ 1) กระแสใส่ใจสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้น 2) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และ 3) การลงทุนข้ามอุตสาหกรรมของบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของโลก ในธุรกิจอุปกรณ์ Smart wearable

ปัจจุบันกระแสการใส่ใจสุขภาพได้รับความนิยมาจากสังคมในวงกว้าง จากการประมาณการของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดลเปิดเผยว่า ประเทศไทยมีนักวิ่งประมาณ 12 ล้านคน (2016) และคาดว่าจะเติบโตสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งทางภาครัฐ และเอกชนมีการรณรงค์ให้หันมาใส่ใจสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เห็นได้จากการจัดงานวิ่งทั่วประเทศเพิ่มขึ้นจาก 500 รายการต่อปี ในปี 2016 เป็น 696 รายการต่อปีในปี 2018 ซึ่งสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ ในขณะเดียวกัน ฟิตเนสรายใหญ่อย่าง ฟิตเนส เฟิร์สท์ ก็เริ่มขยายสาขาไปยังต่างจังหวัดครั้งแรกในรอบ 6 ปี รวมถึงแบรนด์ต่างๆ ที่เพิ่มคลาสเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้า เน้นการออกกำลังกายเฉพาะ เช่น มวยไทย โยคะ ตอกย้ำความต้องการที่เพิ่มขึ้นของการออกกำลังกาย

สังคมผู้สูงอายุเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยขยายศักยภาพการเติบโตของตลาด Smart wearable โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (NSO) ระบุว่า จำนวนผู้สูงอายุ (อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป) ที่มีแนวโน้มอาศัยอยู่คนเดียวเติบโตเฉลี่ยสะสม 3% ต่อปี ตั้งแต่ปี 2007 จนถึงปัจจุบัน และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มเป็น 1.4 ล้านคนในปี 2022 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 11 % ของผู้สูงอายุทั้งหมด ทำให้ผู้สูงอายุที่ต้องพึ่งพาตนเองในการทำกิจกรรมต่างๆ มีจำนวนสูงขึ้น โดยข้อมูลจากกรมควบคุมโรคเปิดเผยว่า การเสียชีวิตของผู้สูงอายุจากการหกล้มสูงถึงปีละเกือบ 2,000 ราย ซึ่งการเพิ่ม Features และนวัตกรรมใหม่ๆ ของ Smart wearable เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาอุปกรณ์สอดคล้องกับความต้องการในการดูแลผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่คนเดียว ซึ่งผู้ใช้ Smart wearable ในไทยที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป คิดเป็นสัดส่วนถึง 16.4% ของจำนวนผู้ใช้ทั้งหมด และคาดว่าจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

การเข้ามาลงทุนข้ามอุตสาหกรรมของบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของโลก ในอุตสาหกรรม Healthcare เป็นอีกปัจจัยที่ผลักดันให้ตลาด Smart wearable เติบโต จากข้อมูลของ CB insights ระบุว่าตั้งแต่ปี 2012 ถึง 2018 บริษัทเทคโนโลยีขนาดใหญ่ 10 บริษัทในสหรัฐฯ เช่น Apple, Intel, Alphabet, IBM และอีกหลายบริษัท มีการลงทุนในอุตสาหกรรม Healthcare ทั้งหมด 209 ดิล พบว่าตั้งแต่ปี 2012 จนถึงปัจจุบัน อุปกรณ์เพื่อสุขภาพถูกลงทุนเป็นอันดับที่ 2 ในตลาด Healthcare รองจากการลงทุนใน Software (ข้อมูล ณ วันที่ 9 มี.ค 2561) ซึ่งหากดูสถิติจำนวนการลงทุนทั่วโลกในปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในหมวดของ Smart wearable เพื่อการดูแลสุขภาพ จะเห็นได้ว่าการเติบโตเฉลี่ยถึง 41% ต่อปี (ตั้งแต่ปี 2012 ถึง 2016) แสดงถึงความสนใจของบริษัทชั้นนำของโลกที่มีต่ออุตสาหกรรม ซึ่งการลงทุนจากบริษัทเหล่านี้ทำให้ Smart wearable ขยายขีดความสามารถ และเกิดการแข่งขันทางด้านราคาและคุณภาพ รองรับการลงทุนที่หลากหลายรูปแบบ เปรียบเสมือนเทรนเนอร์ส่วนตัว ที่คอยแนะนำผู้สวมใส่

ทั้งนี้จาก 3 ปัจจัยข้างต้น ส่งเสริมให้รายได้ทั่วโลกของ Smart wearable ที่ใช้เพื่อการออกกำลังกาย และ Applications ที่เกี่ยวเนื่องมีมูลค่าประมาณ 1.6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2015 และคาดว่าจะขยายตัวเป็น 4.9 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2020

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.

ขณะที่ในอนาคต Smart wearable จะมีการพัฒนาไปใน 3 ทิศทางหลักได้แก่ 1) มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น 2) มีคุณสมบัติ และความสามารถสูงขึ้น 3) มีการประมวลผลใน Platform ต่างๆ และสามารถให้คำแนะนำผู้สวมใส่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รูปแบบที่หลากหลายของ Smart wearable จะเห็นได้จากความพยายามคิดค้นรูปแบบอุปกรณ์ที่แตกต่าง นอกเหนือจาก Smart watch/Smart band เช่น Smart footwear รองเท้าจากบริษัท Under Armour ที่สามารถตรวจจับการเคลื่อนไหว ตั้งแต่การลงน้ำหนัก ปริมาณการเผาผลาญแคลอรี รวมถึงสามารถจัดเก็บข้อมูลได้ในตัวเอง หรือ Smart bra จากบริษัท Microsoft ที่สามารถตรวจคลื่นหัวใจ และรับรู้ถึงความเครียดของผู้สวมใส่ ซึ่งอุปกรณ์แต่ละชิ้นที่เกิดขึ้นจะทำหน้าที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับข้อมูลที่เก็บได้จากแต่ละส่วนของร่างกาย

คุณสมบัติ และความสามารถสูงขึ้น ของ Smart wearable พบว่าอนาคต Smart wearable จะเป็นอุปกรณ์ที่ไม่มีการเจาะ/ฝังเข้าไปในชั้นผิวหนัง (Non-invasive) ไม่รบกวนการใช้ในชีวิตประจำวันของผู้สวมใส่มากเกินไป (Minimal attention) ข้อมูลที่ได้มีการบันทึกอย่างต่อเนื่อง (Continuous data) และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้ในหลายระบบ (Interoperability) ปัจจุบันบริษัทต่างๆ พยายามมุ่งพัฒนาประสิทธิภาพของ Smart wearable ทั้ง 4 คุณสมบัตินี้ โดยคาดว่าจะเห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้นในอีก 3-5 ปีข้างหน้า



ที่มา: การวิเคราะห์โดยอีไอซี

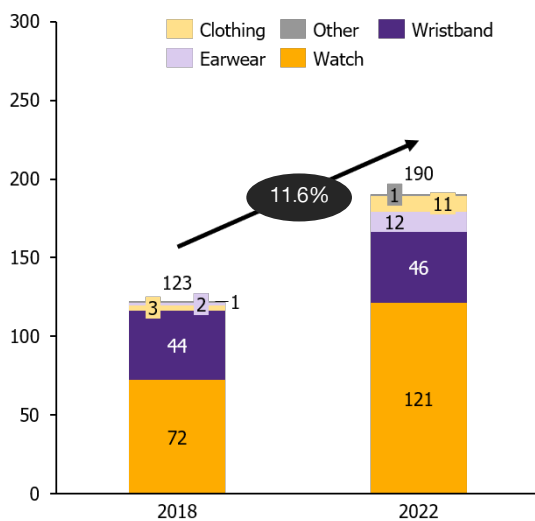
การประมวลผลที่แม่นยำ และการแนะนำผู้บริโภคนในการใช้ชีวิตประจำวัน เป็นอีกหนึ่ง Platform ที่คาดว่าจะเห็นได้อย่างแพร่หลาย จากการเชื่อมต่อของระบบ IoT และ AI ทำให้ข้อมูลที่ได้เป็นประโยชน์มากขึ้น อาทิ นาฬิกา Xiaomi ที่สามารถแสดงข้อมูลในรูปแบบของ Percentile ให้คำแนะนำผู้สวมใส่เกี่ยวกับการนอน และกิจกรรมอื่นๆ ระหว่างวันจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้ทั้งหมดกว่า 46.2 ล้านคน ยาวนานกว่า 3 ปี จึงทำให้สามารถให้คำแนะนำแก่ผู้สวมใส่ได้อย่างน่าเชื่อถือ

การพัฒนาของ Smart wearable จะเป็นการเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมของหลายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะธุรกิจประเภทการผลิต/นำเข้าสินค้า และอุปกรณ์การวัดค่าต่างๆ แบบเดิม อาทิ เครื่องวัดความดัน เครื่องเจาะเลือดวัดปริมาณน้ำตาล รวมถึงลักษณะการให้บริการในโรงพยาบาล ที่อาจมีการจับมือร่วมกันระหว่างบริษัทพัฒนา Smart wearable เพื่อเข้าถึงฐานลูกค้าที่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และยกระดับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลให้มีความทันสมัย นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสสำหรับ ผู้ผลิต/ผู้นำเข้าอุปกรณ์ Smart wearable ที่จะขยายสายการผลิต ให้กว้างมากขึ้น จากแค่ Smart watch/Smart band ให้ครอบคลุมอุปกรณ์อื่นๆ ที่สามารถอำนวยความสะดวกและตอบสนองกระแสใส่ใจสุขภาพ อย่าง Sleeping gadget ที่ช่วยให้ผู้สวมใส่นอนหลับสนิทมากขึ้น หรือสายรัดข้อมือสำหรับผู้สูงอายุที่มีคุณสมบัติเฉพาะ สำหรับตัวอย่างการพัฒนาอุปกรณ์ในไทย เช่น การพัฒนาอุปกรณ์สำหรับผู้สูงอายุ และผู้ป่วยอัลไซเมอร์ จากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หรือนาฬิกาอัจฉริยะ ‘โพโมะ’ ป้องกันเด็กหาย ที่ปัจจุบันวางขายมากกว่า 20 ประเทศทั่วโลก เป็นต้น

อีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจคือการพัฒนา Compatible applications ที่ใช้ร่วมกับ Smart wearable ซึ่งเป็นการนำข้อมูลมาต่อยอด วิเคราะห์ และประมวลผล ซึ่งเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ Startup จำนวนมากทั่วโลกให้ความสนใจในการผลิต Apps ชนิดนี้ เช่น FitStar ที่คอยให้คำแนะนำแก่ผู้เล่นโยคะ Lumosity ที่วัดระดับการทำงานของสมองของผู้ใช้ ว่าการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอช่วยพัฒนาสมองอย่างไร รวมไปถึง Apps ส่งเสริมการฝึกสมาธิ และฝึกการตัดสินใจในแต่ละวัน ทั้งนี้ อีไอซี มองว่าการพัฒนา Apps ต่างๆ เป็นโอกาสของกลุ่ม Startup และผู้ประกอบการในการต่อยอดธุรกิจ จากกระแสของ Smart wearable ได้

ปริมาณการขายอุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะทั่วโลก

หน่วย: ล้านชิ้น



ที่มา: การวิเคราะห์โดยอีไอซีจากข้อมูลของสถาบันวิจัยด้านการตลาด IDC

By : ภัทรานิชฐ์ เอี่ยมศิริ (phatranij.eiamsiri@scb.co.th)
 Economic Intelligence Center (EIC)
 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
 Siam Commercial Bank Public Company Limited
 EIC Online: www.scbeic.com
 Line: @scbeic



Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.