



แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

23 พฤศจิกายน 2563

แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี

AR กับธุรกิจแฟชั่น

เมื่อต้องใช้กล้องวิดีโอใน Smartphone มาถ่ายทำ ผ่าน Social Media App เช่น Snapchat ที่ทำให้ลูกค้าสามารถที่จะลองสวมและลองเปลี่ยนสีรองเท้ากีฬา แบบเสมือนจริง โดยสิ่งที่ทำให้เกิดมุมมองด้านเสมือนจริงขยายออกไป ก็คือ เทคโนโลยีที่เรียกในภาษาผู้เชี่ยวชาญว่า Augmented Reality (AR) นั่นเอง เช่น ถ้าต้องการจะซื้อรองเท้าแบรนด์ Gucci สีชมพู รุ่นใหม่ล่าสุด ก็จะกดปุ่มสีชมพู แล้วหมุนเท้าไปมา ถ้าไม่ชอบก็ลองกดปุ่มสีขาแล้วหมุนเท้า จากนั้น กดบันทึกวิดีโอ และส่งให้เพื่อนช่วยดู พร้อมเขียนถามไปว่า “ซื้อดีมัย”



ทั้งนี้ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีการกล่าวอย่างกว้างขวางถึง AR ว่าสามารถเปิดโอกาสใหม่ๆ ให้กับการประกอบธุรกิจ Online ได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยี AR ก็ยังไม่ถูกนำไปใช้งานหลากหลายมากนัก จะมีบ้างในกลุ่มผู้เล่นเกมส ที่ใช้แว่นตา AR เป็นต้น แต่ในยุคของโคโรน่า ก็ทำให้ทุกอย่างเปลี่ยนไป ลูกค้าที่เป็นเจ้าของ Smartphone อย่าง Apple, Google หรือ Huawei มีเทคโนโลยีที่จะสามารถตอบสนองการใช้งาน AR ได้เสมือนจริง จนหน้าแปลกใจ ในเวลาเดียวกัน Social Media เช่น Snapchat, Facebook หรือ Pinterest ก็ช่วยเป็น Plattform ที่ทำให้มีการใช้งาน AR มากขึ้น และยังเป็นผู้ช่วยให้กลุ่ม SMEs สามารถใช้งาน AR ได้ง่ายยิ่งขึ้นอีกด้วย โดยเมื่อดูจากยอดจำหน่าย วิกฤติ Covid-19 ได้ส่งผลให้ธุรกิจ Online จำนวนมาก เดินไปถึงดวงดาว แต่ก็ไม่ใช่ทุกสินค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากธุรกิจ Online โดยมาตรการในปัจจุบัน ที่ต้องการให้หลีกเลี่ยงการพบปะในร้านค้าปลีก ทำให้บริษัท รวมถึงแบรนด์ยี่ห้อจำนวนมาก เริ่มกลับมาตั้งคำถามอีกครั้งว่า จะประชาสัมพันธ์สินค้า Online อย่างไร จึงจะดีที่สุด ในกรณีของลูกค้าที่ต้องการที่จะทดลองสินค้า และสามารถลดการส่งสินค้าคืนให้ได้มากที่สุด รวมไปถึง

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

การสร้างประสบการณ์ในการซื้อสินค้า Online ให้ลูกค้ารู้สึกสนุกสนาน ได้อย่างไร ซึ่ง AR อาจจะเป็นคำตอบที่ดีที่สุด ก็ได้

คำตอบแรก เทคโนโลยีมีอยู่แล้ว เพียงแต่ต้องใช้นั้นจริงจัง

- ในอดีต มีการกล่าวว่า การนำเสนอสินค้าแบบเสมือนจริง น่าจะสามารถนำมาใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน ก็ต่อเมื่อมีแว่นตาที่สามารถสร้างโลกเสมือนจริงขึ้นมาได้ แต่ในเวลานี้ ผู้ผลิต Smartphone จำนวนมาก เริ่มผลิตโทรศัพท์มือถือที่สามารถตอบสนองเทคโนโลยี AR โดย ผู้อำนวยการด้านการวิเคราะห์สถาบันวิจัย Forrester นาง Julie Ask กล่าวใน Blog ว่า “ความรู้สึกด้านคุณภาพของการใช้งาน AR ของผู้บริโภค สูงกว่าช่วง 10 ปีที่แล้วมาก” ในเวลาเดียวกัน เทคโนโลยีการตรวจจับใบหน้า ก็ช่วยให้ธุรกิจเครื่องสำอาง สามารถใช้เทคโนโลยี AR ให้ลูกค้าลองใช้เครื่องสำอาง แบบเสมือนจริงได้อีกด้วย เมื่อตั้งคำถามว่า บริษัทต่างๆ จะเริ่มใช้งานการ Shopping แบบเสมือนจริง หรือไม่ นาง Ask ก็ตอบว่า “สามารถนำมาใช้งานได้ แต่จะนำมาใช้หรือไม่ ส่วนใหญ่ก็คงไม่ เพราะผลกำไรที่ได้จากการพัฒนา ยังไม่สูงพอ” ซึ่งน่าจะคุ้มทุนเมื่อมีการใช้งานกับสินค้าหลายๆ แปรนด์ ซึ่งคงจะเป็นเพียง Online Plattform ขนาดใหญ่เท่านั้น ที่คุ้มกับการลงทุน โดยปัญหาหลัก ยังอยู่ที่จะทำอย่างไร ให้ชนะใจลูกค้า ให้เลือกลองสินค้า Online ซึ่งปกติ จะเดินไปเลือกดูสินค้าด้วยตัวเอง ตัวอย่างที่ดี ก็คือ Ikea เมื่อลูกค้าที่ต้องการที่จะจัดบ้านใหม่ ก็มักจะเข้าไปในเว็บ หรือ Download App ของบริษัท เพื่อนำมาเลือกสินค้าก่อน สำหรับบริษัท Ikea แล้ว เหมาะที่จะลงทุนในด้าน AR โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ลูกค้าสามารถทดลองนำเก้าอี้ที่จะซื้อ มาทดลองตั้งในห้องผ่านระบบ AR ซึ่งหลังจากที่บริษัทปรับการใช้งาน AR มาระยะหนึ่งแล้ว แม้แต่



เงาของสินค้าที่นำมาทดลองวางในห้องผ่านระบบ AR ก็ยังสวยงาม ถูกต้องตามหลักแสงธรรมชาติ บริษัท L'Oréal ผู้ผลิตเครื่องสำอางชั้นนำของฝรั่งเศส อีกหนึ่งผู้นำในด้านการใช้งานระบบ AR ที่ให้ลูกค้าสามารถทดลองเครื่องสำอาง และยาย้อมสีผม ผ่านระบบเสมือนจริง อย่างไรก็ตาม การซื้อสินค้าเพราะความสนุก หรือซื้อเพราะบังเอิญ แทบจะไม่มีเลย ซึ่งพื้นที่ที่จะสามารถสร้าง

ประสบการณ์ในการซื้อสินค้า น่าจะต้องใช้ Social Media platform ช่วยเหลือ เช่น Facebook ได้ออกมาประกาศว่า ต้องการที่จะให้มีการโฆษณาด้วยเทคโนโลยี AR โดยได้ผันตัวเองจากการเป็น Social Media platform ที่ใหญ่ที่สุดในโลก กลายมาเป็น Platform ที่ผูกการซื้อขายสินค้าเข้าไปด้วย ซึ่งสิ่งนี้ที่ทำให้มีความต้องการที่จะผลักดันช่องทางการค้า Online ต่างๆ ให้ดำเนินไปได้ดีขึ้น

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



กล่าวว่า “รู้สึกยินดีกับการพัฒนาตัวมาก” โดย Snap ร่วมงานกับบริษัท L'Oréal พัฒนาการใช้งานแบบ Hybrid ขึ้นมา โดยในร้านค้าปลีกเมื่อลูกค้าไม่สามารถที่จะทดลองสินค้าได้เพราะนโยบายป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ โดยลูกค้าก็สามารถสแกน Code ในร้าน และสามารถ

ทดลองเครื่องสำอาง ผ่าน Smartphone

จากแบบสอบถามของ Forrester ร้อยละ 53 ของบริษัทค้าปลีกในสหรัฐฯ วางแผนที่จะลงทุนในด้าน AR มากขึ้น โดยครึ่งหนึ่ง จะพัฒนาระบบมากขึ้น และอีกครึ่ง จะใช้การช่วยเหลือจากภายนอก ซึ่งนาย Spiegel คาดการณ์ว่า ตัวเลขดังกล่าว น่าจะเพิ่มขึ้นจริงอีก ในอนาคต

จาก Handelsblatt 23 พฤศจิกายน 2563

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
email - thaicom.berlin@t-online.de

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใด ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด