

ปีที่ 28 ฉบับที่ 9742 วันอังคารที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 หน้า 15

• บุขกร กูแอส

เป็นปีแห่งเครื่องประดับบนข้อมือที่ สุดแสนอัจฉริยะอย่างแท้จริง โดยเฉพาะแวรเอบิลประเภทสมาร์ทฟิตเนสแทรกเกอร์ ซึ่งฟังก์ชันการติดตามผลการเคลื่อนไหวของร่างกายเป็นคุณสมบัติที่สำคัญมากที่สุด เช่นเดียวกับ “เวลโลกราฟ” (Wellograph) แวรเอบิลดีไวซ์สัญชาติไทยที่ประสบความสำเร็จในตลาดต่างประเทศ

“เป้าหมายในอีก 5-10 ปีข้างหน้า เวลโลกราฟจะแบรนด์สินค้าสำหรับคอนซูเมอร์เทคโนโลยีสัญชาติไทยที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในตลาดโลก” คำประกาศของ สารสิน บุพพานนท์ ผู้ก่อตั้งบริษัท เวลโลกราฟ จำกัด ที่ประสบความสำเร็จจากการขายเครื่องเล่นหนังสือ “Bookdrive” ทั่วโลกมาแล้ว

: ปั้นนวัตกรรมในตลาดโลก

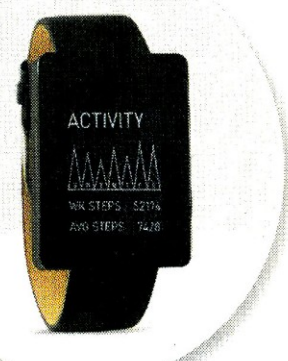
คอนเซ็ปต์นาฬิกาอัจฉริยะของเวลโลกราฟคืออุปกรณ์เก็บข้อมูลสุขภาพของผู้สวมใส่ โดยออกแบบมาให้มีเซนเซอร์วัดอัตราการเต้นของหัวใจ ซึ่งบ่งบอกได้ถึงความแข็งแรงของสุขภาพ ผู้ใช้สามารถดูข้อมูลจากตัวเรือนหรือใช้งานคู่

innovation กับแอป Wellograph ซึ่งดาวน์โหลดได้ทั้งระบบปฏิบัติการไอโอเอส แอนดรอยด์และวินโดวส์

“ข้อมูลสำคัญที่สุด คือข้อมูลเกี่ยวกับหัวใจของเรา ผมมองว่า สมาร์ทวอตช์ติดตัวไปกับเราได้ทุกที่ มันจะรู้ว่าเรามีกิจกรรมอะไรยังไงบ้าง แล้วมันก็จะเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพโดยตรง นาฬิกาข้อมือเรือนนี้จึงถูกออกแบบมาให้มี Heart Rate Sensor เป็นคอร์เทคโนโลยีของเราที่บอกได้ว่า ผู้สวมใส่อัตราการเต้นของหัวใจเท่าไร มีสุขภาพแข็งแรงมากน้อยแค่ไหน มีความเครียดอยู่รึเปล่า ประเมินได้ว่าอายุสุขภาพที่แท้จริงเป็นเท่าไร ทั้งหมดดูจากการเต้นของหัวใจได้เลย”

ปัจจุบันหน้าร้านของเวลโลกราฟอยู่ในช้อปปิ้งไอที และเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มวัยรุ่นและผู้ที่ยังชอบเทคโนโลยี เพราะตลาดเมืองไทยเปิดรับสินค้าเทคโนโลยีเร็ว สังเกตได้จากการเข้ามาของสมาร์ทโฟนและอุปกรณ์สวมใส่ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (wearable) ที่จะมีฟังก์ชันใหม่ๆ ออกมาดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ทั้งแบรนด์เนมดังๆ เป็นจำนวนมากมีมูลค่า 1,000 ล้านบาท เขาบอกว่า โอกาสธุรกิจคิดใหม่ของนาฬิกา

นาฬิกาสุขภาพฝีมือไทย



สารสิน บุพพานนท์ พัฒนานาฬิกาอัจฉริยะเพื่อสุขภาพส่งไปตลาดต่างประเทศ

เพื่อสุขภาพที่เริ่มขึ้นได้ อาจขัดแย้งการเป็นสินค้า นวัตกรรมสัญชาติไทยที่มีคุณภาพระดับโลกทั้งในเรื่องของเทคโนโลยีและดีไซน์ ซึ่งได้รับรางวัลจากเวทีในต่างประเทศมาแล้ว ขณะเดียวกันไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคนี้ก็พร้อมจ่ายเพื่อซื้อความพิเศษกันมากขึ้น

“เรามองเห็นเทรนด์เทคโนโลยีนี้มา 4-5 ปีที่แล้วว่า อุปกรณ์แวรเอบิลจะเข้ามามีบทบาทในอีก 10 ปีต่อจากนี้ในแง่ของการดูแลสุขภาพในชีวิตประจำวัน ที่สำคัญฟังก์ชันจะแอดวานซ์มากกว่า นาฬิกาทั่วไป ผมต้องการโฟกัสและพัฒนาการใช้ wearable ในเรื่องสุขภาพโดยเฉพาะ”

: ฟังก์ชันสุดล้ำหัวใจการพัฒนา

ไอเดียของออกแบบเน้นมีโมดูลดีไซน์ที่สวมใส่ได้ในทุกโอกาส ที่งานออกแบบให้ตัวเรือนชั้นบนเป็นสแตนเลส ชั้นล่างเป็นอะลูมิเนียม หน้าจอเซฟไฟลคริสตัลที่ป้องกันรอยขีดข่วน สามารถถอดเปลี่ยนสายได้สะดวกโดยเลือกได้ว่าจะใช้สายหนังในชีวิตประจำวัน หรือสายสปอร์ตเมื่อต้องการใส่ออกกำลังกาย แบตเตอรี่นาน 7 วัน

“แม้จะยังใหม่และต้องใช้เวลาสื่อสารกับตลาด แต่การตีโจทย์ให้แตกตั้งแต่ต้น ทำให้เวลโลกราฟ

ได้รับการตอบรับจากตลาดระดับหลักหมื่นเรือน หลังจากเปิดตัวเมื่อปีที่ผ่านมา” สารสินกล่าวและว่า สัดส่วนรายได้จากตลาดในประเทศ 20 % ต่างประเทศ 80% ซึ่งตลาดหลักเป็นอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น ส่วนตลาดในประเทศอาจไม่หวือหวาส่วนหนึ่งจากสภาพเศรษฐกิจ ในอนาคตสัดส่วนในประเทศไทยอาจลดลงเหลือ 5% แต่จะขยายตลาดไปต่างประเทศมากขึ้น

สารสิน วิเคราะห์ว่า 5-10 ปีต่อจากนี้ ดีไซน์นาฬิกาจะบางและเล็กแต่มีความสามารถมากขึ้น แบตเตอรี่อยู่ได้นานขึ้น ฟังก์ชันต่างๆจะเพิ่มขึ้น ส่วนคุณสมบัติการบอกเวลาจะกลายเป็นฟังก์ชันพื้นฐานที่ต้องมีแต่ไม่ใช่เป็นจุดขายเพราะสามารถดูเวลาในมือถือ แต่ที่หลายคนยังสวมใส่นาฬิกาเนื่องจากรู้สึกถึงความเท่หรือบอกฐานะ บุคลิกภาพและรสนิยม

“ผมมั่นใจว่า Heart Rate Sensor จะเป็นฟังก์ชันพื้นฐานในอุปกรณ์ wearable เหมือนกับฟังก์ชันกล้องถ่ายรูปที่ต้องมีในสมาร์ทโฟน ขณะที่เวลโลกราฟเองก็จะต้องมีไอเดียในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความล้ำหน้า ต้องโดดเด่นไม่เหมือนใคร เพื่อก้าวไปอีกขั้นหนึ่งของตลาด แต่ยังไม่สามารถเปิดเผยได้ว่ามันจะเป็นในรูปแบบไหนได้ในตอนนี้” วิศวกรนักคิดกล่าวทิ้งท้าย