

# چرا خرید کمپانی پبل توسط Fitbit به نفع بازار پوشیدنی های هوشمند خواهد بود؟ - دیجیاتو

محسن وفانژاد | جمعه، ۱۲ آذر ۱۳۹۵

روز گذشته خبر دار شدیم که شرکت Fitbit قرار است با پرداخت مبلغی حدودا 40 میلیون دلاری، استارتاپ موفق Pebble را از آن خود کند. خبر اول توسط The Information منتشر شد اما مدت زمان زیادی نگذشت که وبسایت ورج نیز این خبر را تایید کرد و گویا اتفاق به طور کلی نهایی شده و صرفا اعلام رسمی باقی مانده است.

به گفته منابع نام برده، دو شرکت پبل و فیتبیت پیش از تعطیلات روز «شکرگزاری» قرارداد خود را نهایی کرده اند و هیچ جای تردیدی نیست که این خرید بزرگ بالاخره انجام می شود. با این حال اما قیمت تمام شده پبل برای فیتبیت هنوز معلوم نیست یا دست کم به صورت رسمی توافق اصلی انجام نشده.

سال 2014 بود که کمپانی سیتیزن، ساعت ساز مشهور ژاپنی با مبلغ 740 میلیون دلار پیشنهاد خرید پبل را داد اما این شرکت نپذیرفت و حالا فیتبیت قصد دارد هفتصد میلیون دلار در این بین سود کرده و پبل را صرفا با مبلغ 40 میلیون دلار بخرد.

شاید این رقم چندان باب میل مدیران کمپانی پبل نباشد و از کرده خود پشیمان باشند ولی دلایل متنوعی وجود دارد که بگوییم این ادغام یک اتفاق مثبت بوده و نتیجه ای منطقی را در پی خواهند داشت.



اول از همه: شرایط بازار پوشیدنی ها به خصوص دستبندها و ساعت های هوشمند چندان مساعد نیست و از گوشه کنار دنیا می شنویم که کمپانی های بزرگ در حال عقب کشیدن هستند.

گوگل به عنوان تولید کننده محبوب ترین سیستم عامل ساعت های هوشمند بازار، توسعه ورزش بعدی Android Wear را تا یک سال دیگر به تعویق انداخت و سه بازیگر مهم بازار پوشیدنی های اندرویدی یعنی ال جی، هواوی و موتورولا (لنو) نیز هیچ محصول جدیدی برای پاییز امسال نساختند تا عملاً اپل واچ سری دوم بیاید و بازار را به دست بگیرد.

از سوی دیگر، به نظر می رسد که Jawbone قصد فروش خود را دارد و ادامه راه به تنهایی برایش ممکن نیست. حتی فیتبیت هم به عنوان رهبر و بزرگ صنعت پوشیدنی های هوشمند، پس از اعلام پیش بینی اش مبنی بر فروش کم محصولات در فصل تعطیلات دچار افت شدید سهام شد.

هر چقدر هم خوش بینانه به این جریان نگاه کنیم، باز هم جای گریزی نیست که ساعت های هوشمند با استقبال خوبی مواجه نشده اند و شرکت ها در کسب رضایت مشتریان تا حد بسیاری شکست خورده اند.



در چنین شرایطی که بازار پوشیدنی ها به سمت فروپاشی رفته، اتحاد میان شرکت ها شاید اولین اقدام مهمی باشد که باید صورت بگیرد. برای مثال، [خرید آخر نوکیا که کمپانی Withings بود را در نظر بگیرید](#)، یا همه اپلیکیشن های پایش سلامتی را ببینید که همگی به خدمت برندهای بزرگ تر از خودشان در آمده اند.

از زمانی که شرکت ها تصمیم گرفتند این پایشگرهای سلامتی، پوشیدنی ها و ساعت ها را از تلفن های همراه جدا کنند و در قالب محصولی جداگانه عرضه کنند، مردم و خریداران آن ها را به واسطه اینکه چه مقدار داده می توانند جمع کنند ارزش گذاری کردند؛ اینکه داده ها به چه کار می آیند و شرکت ها چه کار با آن داده ها می توانند برای مخاطب انجام دهند که خاص باشد. اگر یک شرکت در فروش سخت افزار خود مشکل دارد، یعنی مشکل در ارائه پلتفرم و داده ها داشته است.



دوم، برای فیتبیت، خرید پیل به معنای خریدن یک سری سخت افزار بی جان نیست. فیتبیت استعداد، نرم افزار و پلتفرمی را می خرد تا با بهره گیری از آن ها اوضاع داخلی خودش را بهبود بخشد.

اگرچه پایشگرهای پایه مثل آنچه که فیتبیت می سازد این روزها جایگاه بهترین نسبت به ساعت های هوشمند دارند، اما فیتبیت در گزارش مالی اخیر خود از سومین فصل سال جاری مالی، بارها اشاره کرده که فروش این دستبندها در حال کاهش است و مردم کمتری نسبت به خرید آن ها میلی از خود نشان می دهند.

حالا تصور کنید به عنوان بزرگ ترین تولیدکننده دستبندهای پایشگر سلامتی، یک خط تولید قدرتمند از ساعت های هوشمند را هم در اختیار داشته باشید تا در این بازار نا به سامان، کمی شرایط بهبود پیدا کند. بعدها هم نیروهای دو شرکت می توانند با ملحق شدن به یکدیگر، در تولید و ساخت نسل بعدی ساعت های هوشمند و دستبندهای پایشگر سلامتی همکاری کرده و محصولی درجه یک بسازند.





همچنین، در اختیار گرفتن پیل به مفهوم از بین رفتن تنها رقیب پر توان فیتبیت نیز هست. دیگر توسعه دهندگان محصولات در این حوزه یا مثل اپل قیمت بالایی برای محصولات با کیفیت خود تعیین می کنند یا مثل شیائومی، دیوایس های کم کاربرد و فوق ارزانی دارند. البته یک سری هم مثل گارمین (و باز هم اپل) هستند که ساعت های چند هزار دلاری برای خریداران خاص می سازند.

فیتبیت که نمی تواند اپل یا شیائومی را بخرد و رقبا را از میدان به در کند، اما پیل را چرا، می تواند.

سوم و آخر از همه، محصولاتی که این دو کمپانی تولید کرده اند از چندین منظر که به آن ها نگاه می کنیم بی شباهت به یکدیگر نیستند. هم فیتبیت و هم پیل، رویکردی متفاوت و کاربردگرا به محصولات دارند و به جای اینکه تمرکزی روی زیبایی محصولات شان داشته باشند، صرفاً دیوایس های کاربردی ساخته اند.

باز حداقل فیتبیت در زمینه جذب بانوان تلاشی کرد و دستبندهایی برای کسانی که ظاهر برای شان اهمیت بسیاری دارد نیز ساخت. هر دو نیز محصولاتی ساخته اند که بین 5 تا 7 روز دوام باتری پس از یک بار شارژ را دارد.



هر دو نرم افزارهای موجود روی دیوایس را می سازند و استقلال خود را در برابر تلفن های هوشمند تا حد امکان حفظ کرده اند. هر دو شرکت، اطلاعات به دست آمده را با اپلیکیشن های شخص ثالث در میان می گذارد اما فیتبیت چندان میلی به همکاری با Apple Health و Google Fit ندارد.

و جالب تر از همه اینکه پیل حالا متوجه شده عمده دلیل خرید یک ساعت هوشمند توسط مشتریان، پیشگر ورزش و سلامتی است و نه ویژگی دیگری. به همین سبب شاهد آن بوده ایم که این شرکت طی ماه های اخیر دست به تولید پیشگرهای سلامتی و ورزشی بزند.

آخرین ساعت پیل، از سنسورهای نوری ضربان قلب استفاده می کند و در زمینه الگوریتم پیشگر سلامتی نیز سر و صدای زیادی به پا شد. پیل با همکاری محققین و پژوهشگران دانشگاه استنفورد، الگوریتم جدیدی توسعه داده که می تواند بهترین ویژگی این ساعت ها محسوب شود.



البته پبل تنها شرکتی نیست که به اهمیت این مسئله پی برده. اپل هم سری دوم اپل واچ را ضد آب ساخته و به GPS مجهز کرده که این ها اهمیت بالای فعالیت های ورزشی را می رساند.

پبل که توسط مدیرعامل و بنیان گذار خود، اریک میگیکووسکی مدیریت می شود، اولین بار در سال 2012 و با برگزاری کمپین فوق العاده موفق و رکورد شکن کیک استارتر پا به عرصه وجود گذاشت و اولین ساعت خود را با همان نام اصلی شرکت معرفی کرد.

دو سال طول کشید تا سرمایه جمع شده تبدیل به محصولی واقعی شود و در نهایت سال 2014 شاهد عرضه ساعت پبل به بازار بودیم. علاقه مندان به تکنولوژی و پوشیدنی های هوشمند آینده را از آن پبل دیدند. اوایل سال 2015 بود که این شرکت اعلام داشت یک میلیون ساعت هوشمند فروخته و درآمد کسب کرده است. جالب آنکه میزان فروش ساعت های مجهز به سیستم عامل Android Wear در آن دوران کمتر از یک میلیون بود.



اما افرادی آگاه از فضای داخلی شرکت حالا می گویند که اوضاع برای پیل مساعد نیست و طی یک سال گذشته با مشکلات بزرگی دست و پنجه نرم کرده است. در ماه مارس، به خاطر کمبود بودجه، پیل 25 درصد از نیروهای خود را اخراج کرد.

به جز میلیون ها دلاری که از طریق کمپین کیک استارتر کسب شد، پیل بعدها 15 میلیون دلار سرمایه از سوی سرمایه گذاران خطرپذیر دریافت کرد ولی گویا این مبلغ برای توسعه محصولات جدید و نگه داشتن نیروها کافی نبوده.

وبسایت ورج می گوید که پیل 2 پایشگر ضربان قلب دقیقی ندارد و پیل تایم 2 هم که تاخیر خورده و موج شکایات سرمایه گذاران کیک استارتری را برانگیخته. جریانات پیش آمده، پایانی نیست که پیل مستحق آن باشد اما به هر صورت فروخته شدن به شرکتی بزرگ تر می تواند ناجی میراث چهار ساله آن ها باشد.

[دیجیاتو](#)