

برای اولین بار در ۲۰ سال گذشته سونی کارخانه ای را به منظور تولید تلفن های هوشمندش احداث می کند - دیجیاتو

رضا مقدری | پنجشنبه، ۳۰ مهر ۱۳۹۴

با وجود در اختیار داشتن سهمی بسیار اندک از بازار بازهم سونی موبایل سر سخرانه بنا دارد تا برای بقا بجنگد. شاید بد نباشد در اینجا مروری بکنیم به اتفاقاتی که تا به امروز برای این برند رخ داده است.

در پایان سه ماهه اول منتهی به ۳۰ ژوئن، واحد تلفن های هوشمند کمپانی سونی کاهش ۱۶.۴ درصدی درآمد و زیان خالص ۱۸۸ میلیون دلاری را تجربه کرد که عامل اصلی آن نیز کاسته شدن جدی از تعداد تقاضاهای موجود برای دستگاه های تولیدی توسط این نام بلند آوازه بود.

در آن زمان گمانه زنی شد که شاید ژاپنی ها کوتاه بیایند و همانطور که از VAIO دست کشیدن از اکسپریا نیز بگذرند، ولی اندکی بعد مدیر عامل وقت، هیروکی توتاکی، این موضوع را به جد منتفی خواند تا هواداران را خوشنود سازد.

البته با وجود تاکید مدیران سونی و بیانیه های رسمی که صادر می شد، بازهم گمانه زنی ها در رابطه با پایان عمر واحد موبایل ادامه داشته و حتی هنوز هم برخی منابع این موضوع را محتمل می دانند؛ اما خبری که امروز منتشر شده می تواند به نوعی پایان بخش این گمانه زنی ها باشد و نشانه ای کاملاً واضح از اینکه سونی می خواهد با همه ی توان راهش را ادامه دهد.

بر اساس خبر مورد اشاره برای اولین بار طی ۲۰ سال اخیر سونی قصد دارد کارخانه ای را برای ساخت اسمارت فون های خود احداث کند. در ادامه با [دیجیاتو](#) همراه باشید.

منابع خبری گزارش می کنند سونی چندین میلیارد ین را جهت بنا کردن کارخانه ای در پاتوم تانی تایلند کنار گذاشته تا بتواند به شکل کامل و از صفر تا صد موبایل هایش را در آن تولید و مونتاژ نماید و حتی فرآیندهایی پیچیده همچون سوار کردن چیپ های مهم تر نیز تحت نظارتش قرار داشته باشند.

گفتنی است آخرین باری که کمپانی ژاپنی مورد بحث اقدام به ایجاد یک کارخانه در زمینه ارتباطات موبایلی کرده باز می گردد به سال ۱۹۹۵ و مجموعه ای که در شهر پکن چین ساخته شد.

سونی ۵۱ درصد از سهام آن کارخانه را در اختیار داشت و الباقی نیز در دست شرکای محلی بود، ولی حالا خطوط تولید جدید کاملاً متعلق به غول تکنولوژیک کشور آفتاب تابان هستند.

همه ی این موارد در حالی رقم می خورد که دیگر تولید کننده ی اندرویدی یعنی HTC به خاطر ناکامی هایی مشابه از کارخانجاتش در شانگهای دست کشیده؛ مجموعه هایی تولیدی که در سال ۲۰۰۹ و با سرمایه ای ۳۲.۲ میلیون دلاری ساخته شدند و مساحتی برابر با ۱۴۷ متر مربع داشتند و تنها یک سال بعد نیز به خاطر موفقیت های حاصله ظرفیت شان دو برابر شد. ذکر می گردد این مجموعه ها حالا در آستانه ی فروش به یک برند چینی قرار دارند.

احداث یک کارخانه ی جدید نشان می دهد سونی موبایل به دنبال راه حل هایی تازه برای خروج از بحران و زیاندهی است، اما شاید بد نباشد این شرکت قدری بیشتر بر روی مباحث بازاریابی خود سرمایه گذاری کند.

ژاپنی ها همانند اپل، سامسونگ و ال جی در میان کاربران شناخته شده اند ولی نکته در اینجاست محصولات محبوب آنها همچون واکمن و یا تلویزیون هایشان رو به زوال رفته اند و شاید به همین علت است که تلاش هایشان در بازارهای جوانی مانند تلفن های هوشمند نادیده گرفته می شود و بازاریابی بهتر و بیشتر در کنار محصولاتی کارآمد ممکن است بتواند به برگ برنده ی آنها بدل شود.

نکات دیگری نیز وجود دارند، برای مثال سونی موبایل اگرچه پرچمدارانش دارای قدمتی شامل پنج نسل هستند ولی هنوز در آمریکا جایگاه و بازاری ندارند. این نکته از آنجایی ناشی می شود که برند ژاپنی تنها با اپراتور T Mobile همکاری می کند و هنوز نتوانسته سایر اپراتورهای ایالات متحده را با خود همراه سازد و ضمناً بیشتر تمرکز بازاریابی اش در این منطقه نیز بر روی تبلیغات تلویزیونی بوده و خبری از پیشنهادهای ویژه و جذاب نیست.

با وجود فروش مطلوب در ژاپن و حضوری موثر در انگلستان، سونی برای بدل کردن اکسپریا به یک نام محبوب جهانی هنوز راهی دراز در پیش دارد و البته این کمپانی از جاه طلبی های خود دست نکشیده و ظاهراً می خواهد با راهکارهایی تازه همچون احداث خطوط تولیدی که کاملاً تحت کنترلش هستند اشتباهات گذشته را جبران و غیر ممکن ها را ممکن سازد.

[دیجیاتو](#)