

نفس های آخر؛ چرا تسلا روز به روز به پایان حیات خود نزدیک می شود؟ - دیجیاتو

سعید علیپور | یکشنبه، ۱۲ خرداد ۱۳۹۸

تسلا با معرفی نسل اول رودستر در سال 2008، چشم اندازی جدید برای صنعت خودرو ترسیم کرد. رودستر که بر مبنای لوتوس الیزه شکل گرفته بود، اولین خودروی برقی تولید انبوه جهان به شمار می رفت و می شد به راحتی از آن در امور روزمره استفاده کرد.

از آن زمان تاکنون تسلا مدام رو به پیشرفت بوده و پله های ترقی را یک به یک پشت سر گذاشته است، طوری که می توان این شرکت را طلایه دار اتومبیل های برقی نامیده و آن را یکی از بازیگران اصلی صنعت خودرو دانست.



تردیدی در این نیست که تسلا در حال تغییر دادن دنیا است، اما آیا این تغییر به نفع خودش خواهد بود؟ در نوشتار حاضر قصد داریم به این مساله و ابعاد مختلف روندی که تسلا آغاز کرده بپردازیم.

آخرین خودروساز تولید انبوهی که در ایالات متحده کار خود را از صفر شروع کرد، برند ساترن (Saturn) بود. این برند در سال 1985 توسط جنرال موتورز پایه گذاری شد. اما با وجود حمایت ها و بودجه کلان این شرکت بزرگ، ساترن نتوانست دوام بیاورد و پس از حیاتی کوتاه در سال



چنانچه تاریخ صنعت خودرو را ورق بزنیم، برندهایی مثل هادسن (Hudson)، تراکر (Tucker)، دیلورین (DeLorean)، پاکارد (Packard) و چند مورد دیگر را خواهیم دید که اکنون هیچ اثری از آنها نیست.

برخی از این برندها سکندارانی خیال پرداز داشتند که رویای حکومت بر بازار مدل های لوکس را در سر می پروراندند، اما در نهایت هر کدام بنا به دلایلی مثل سیاست های دولت یا شکست در فاکتور مهم قیمت گذاری از بازار حذف شدند.

شاید در ابتدا بنظر برسد که هر یک از برندهای ورشکست شده، علل و مشکلات خاص خود را داشتند، ولی در حقیقت اینگونه نیست و یک عامل مشترک زمینه ساز سقوط همه آنها بوده است.



در بخش اتومبیل های تولید انبوه، رقابتی بسیار سخت و بعضا ناجوانمردانه جریان داشته و در عین حال حاشیه سود برندهای مطرح از فروش هر خودرو چیزی در حدود 6 درصد است.

این در حالی است که حاشیه سود سایر برندهایی مثل نایکی، اپل، دیزنی و دیگر شرکت های فعال در زمینه تولید کفش، لوازم الکترونیکی و سرگرمی حداقل دو برابر است؛ ضمن اینکه سرعت ساخت محصولات در این شرکت ها بالاتر بوده و آنها با قوانین دست و پا گیر و اتحادیه های کارگری کمتری دست و پنجه نرم می کنند.

از سوی دیگر سود میلیاردی کمپانی های خودروساز به این دلیل است که آنها اتومبیل های بسیار زیادی (سالانه چند میلیون دستگاه) می فروشند و اینطور نیست که هر مدل فروخته شده سود زیادی را عاید یک شرکت کند. اینجاست که مشکلات تسلا آغاز می شود.



چرا سرنوشتی شوم در انتظار تسلا است؟

یکی از راه های موفقیت در عرصه خودروسازی، تولید در مقیاسی خیلی بزرگ است. برای حفظ پایداری شما باید بتوانید هر سال صدها هزار و بلکه میلیون ها خودرو به فروش برسانید.

در سال 2018 تسلا موفق به تحویل 245,240 خودرو شد و مدل 3 توانست عنوان پرفروش ترین اتومبیل لوکس ایالات متحده را از آن خود کرد. پس همانطور که می بینید سال گذشته برای تسلا علی رغم پیش رفتن تا مرز ورشکستگی عالی بوده است.



افزایش ظرفیت تولید دقیقا همان چیزی است که تسلا را به سمت نابودی سوق می دهد، در عین حال این کمپانی برای بقای خود چاره ای جز این کار ندارد. خودروساز آمریکایی اکنون در نقطه پایین "دره تولید" قرار دارد، جایی که تلاش برای تولید 300 هزار خودرو به شدت باعث تحمیل زیان شده است.

با وجود این تسلا راهی جز گذر از این مرحله نداشته و برای سوددهی باید خود را به رکورد فروش سالانه 700 هزار الی یک میلیون دستگاه در سال برساند. دستیابی به چنین رکوردی نیازمند سرمایه عظیم چند میلیارد دلاری است که البته تسلا پتانسیل جذب آن را دارد.

پس مشکل چیست؟ در پاسخ باید گفت ایلان ماسک. این کارآفرین سریالی از همان بیماری رنج می برد که پیشتر دیگر کارآفرینان سریالی دچار آن شده اند، یعنی سندروم شیء درخشان (Shiny Thing Syndrome).



آقای ماسک چالش های جدید و پروژه های نوین را دوست دارد. تسلا اکنون مشغول ساخت 3 مدل مختلف، شارژرهای دیواری، ایستگاه های شارژ، کشنده سنگین و سقف های فتوولتائیک بوده و با جدیت تمام فناوری خودران را دنبال می کند.

حال اگر محصول عجیبی مثل شعله افکن و پروژه های دیگری نظیر تونل های زیرزمینی، خدمات بیمه و شرکت اسپیس اکس را هم در نظر بگیریم، با فردی روبرو خواهیم شد که نه تنها هیچ تمرکزی بر تلاش زیاد و خارج کردن تسلا از بحران افزایش تولید ندارد، بلکه زمان و علاقه خود را صرف اکتشافات فضایی و پروژه های دیگر می کند.



ذکر این نکته ضروری است که ایلان ماسک در گذشته اصلا تجربه ای در این مقیاس نداشته و اداره کردن سرویسی آنلاین مثل پی پال (Paypal) تفاوت های بنیادینی با مدیریت یک شرکت خودروسازی - به ویژه شرکتی که در جستجوی تکنولوژی های نوین است - دارد.

صریحانه باید گفت که ایلان ماسک دیگر شایستگی نشستن بر صندلی مدیریت تسلا را نداشته و عدم تطابق مهارت های او با نیازهای کمپانی ممکن است شرایط را بدتر کند.



مساله وقتی حادثر می شود که بدانیم تقریبا تمامی خودروسازان مطرح دیگر خود را برای عرضه مدل های الکتریکی در 12 ماه آینده آماده می کنند. سال گذشته وقتی تسلا عنوان پرفروش ترین خودروی لوکس را کسب کرد، در حقیقت پایش را در کفش این بزرگان گذاشت. آن موقع تسلا تنها بازیگر عرصه خودروهای برقی بود، اما با گذشت زمان آلترناتیوهای دیگری وارد این صحنه خواهد شد.

موضوع نگران کننده دیگر اینکه مواردی مثل کیفیت مونتاژ، زیرساخت های لازم برای خدمات پس از فروش و عمل به تعهدات که نقاط ضعف تسلا بوده و باعث شکایت مشتریان شده اند، دقیقا نقاط قوت رقبا به شمار می روند. وقتی پورشه از اولین محصول الکتریکی خود با نام [تایکان](#) رونمایی کرد، بیشتر رزرو کنندگان این خودرو، مالکین مدل های تسلا بودند. این امر علامت روشنی است که نشان می دهد مشتریان تسلا خواهان چیزی بهتر هستند.



چین، بزرگ ترین بازار خودرویی جهان که پیشتر ناجی برندهای زیادی بوده، نه تنها نمی تواند به کمک تسلا بیاید، بلکه به خاطر جنگ تجاری شکل گرفته، بیش از سایر شرکت های خودروساز دچار صدمه و زیان خواهد شد. در حال حاضر تسلا مدل 3 با رقمی در حدود 73 هزار دلار در چین به فروش می رسد که تقریبا 30 هزار دلار آن ناشی از تعرفه اعمال شده از سوی دولت این کشور است.



در ماه ژانویه ایلان ماسک با خرید زمین مقدمات تاسیس گیگافکتوری در چین را فراهم کرد. پیش بینی می شود این پروژه به هزینه ای بالغ بر 4 میلیارد دلار نیاز داشته باشد.

باز هم باید صریحا گفت که اختصاص چنین رقمی برای تسلا اگر چه ممکن اما کاری دشوار است، زیرا این شرکت فصل اول 2019 را با وضعیت اسفناکی پشت سر گذاشته و جذب سرمایه 2.35 میلیارد دلاری نیز نتوانسته وضعیت آن را بهبود ببخشد، طوری که ایلان ماسک اخیرا به کارمندان خود گفته اگر شرایط به همین منوال پیش برود، [در ده ماه آتی ورشکست خواهند شد](#).

پایانی بر تسلا

در زمان کنونی تسلا هنوز قادر است در گردهمایی هایی که پیش رو قرار دارند، حمایت های مالی را از سرمایه گذاران خود جذب کند. شکست بسیار محتمل تسلا همین فردا رقم نخواهد خورد، اما در راه بوده و بالاخره این اتفاق می افتد.

با شدت گرفتن رقابت در بازار خودروهای الکتریکی از شمار طرفداران تسلا کاسته خواهد شد؛ زیرا روز به روز حق انتخاب های مشتریان در حال افزایش بوده و امکان انتخاب محصولی از برندهای با سابقه و مطمئن تر میسر خواهد گشت.

لبریز شدن کاسه صبر وال استریت به دلیل قول های عملی نشده و همچنین حضور مدیرعاملی با رفتارهای غیرعادی در صندلی مدیریت تسلا دیگر عواملی هستند که آینده این خودروساز نوپا را تهدید می کنند.

در هر حال ارزشی که برند تسلا دارد، از محو شدن کامل آن پیشگیری خواهد کرد. نگاهی به تاریخ صنعت خودروسازی نشان می دهد که اکثر برندهای خودرویی توسط کمپانی های بزرگ تر خریداری و یا در آنها ادغام شده اند. خرید یا ادغام نیز دو نتیجه در پی داشته، برخی برندها مثل داج به موفقیت قابل توجهی دست یافته و بعضی دیگر مثل هادسن به تدریج در برند مادر حل شده اند.

ارزش برند مهم ترین چیزی است که تسلا دارد، به همین جهت ادغام را می توان نقطه پایانی آن دانست. در صنعت خودرو که بی شباهت به یک جنگل پر از حیوانات درنده نیست، این اتفاقی است که زیاد رخ می دهد.



در این مقطع نمی توان گفت که دقیقا کدام شرکت پا پیش گذاشته و برای تصاحب تسلا اقدام خواهد کرد، اما با این حال لیست بلند بالایی از گزینه های احتمالی وجود دارد. در کنار سایر خودروسازان مطرح، شاید اهالی سیلیکون ولی و حتی خودروسازان چینی برای خرید تسلا علاقه مند باشند.

احتمالا در خبرهای چند روز پیش خوانده باشید که اپل در سال 2013 با پیشنهاد رقمی فراتر از ارزش کنونی تسلا، نسبت به خرید این کمپانی ابراز علاقه کرده بود، هر چند این مساله در آن وقت به جایی نرسید؛ بنابراین تکرار اتفاقی مشابه دور از انتظار نیست.

در هر صورت بسیار شگفت انگیز خواهد بود اگر شاهد تصاحب تسلا توسط شرکتی دیگر باشیم. منطقی تر آن است که به منظور حفاظت از گذشته و ارزش برند تسلا ادغام با یک کمپانی دیگر در دستور کار قرار گیرد.



در این صورت ایلان ماسک در سکوت از سمت خود کنار کشیده ولی کماکان به هیاهوها، کارهای پر زرق و برق و توئیت های جنجالی اش ادامه خواهد داد. پس از او فردی به بلوغ رسیده عهده دار مسئولیت ها شده و یک چارچوب زمانی برای رسیدن به سوددهی تعیین خواهد کرد. آنچه که بعد از ماسک جریان پیدا می کند، از الان قابل پیش بینی نیست.

نمی توان انکار کرد که تسلا دنیا را به مکان بهتری تبدیل کرده است. خودروهای برقی نه تنها دیگر به صورت شخصی در یک گاراژ ساخته نمی شوند، بلکه بخش مهمی از آینده هستند و این به واسطه گام هایی بلندپایه است که تسلا برداشته است.



انقلابی که تسلا آغازگر آن بوده، همه خودروسازان را به تکاپو انداخته و از مرسدس بنز گرفته تا شرکت های چینی اینک به فکر ارایه مدل های تمام الکتریکی افتاده اند، امری که در نهایت باعث پایین آمدن قیمت مدل های برقی شده و به سود همه ما تمام خواهد شد. اگر چه این روزها ایلان ماسک به انتهای خط رسیده، اما زنده باد راه و رسم تسلا.

[دیجیاتو](#)