

Elektromobily se ocitly v pasti tzv. Osborneova efektu. Může je zničit, odpovědnost nesou politici i automobilky

4.11.2023 | [Petr Miler](#)



Situace, ve které se ocitají elektromobily, není nijak zvlášť nová. Tato auta byla uvrtána do kolotoče fenoménu, který politici i výrobci měli znát. Co ale čekat od lidí, kteří evidentně zanedbali i studium fyziky a ekonomie? Proč by pak zkoumali dějiny marketingu?

Firma Osborne Computer Corporation (OCC) dnes nebude širší veřejnosti nijak zvlášť známá. V dřevních dobách osobních počítačů ale pozoruhodným způsobem prorazila na trhu s modelem Osborne 1, jakýmsi předchůdcem dnešních notebooků. Pořádně fungovat začala teprve v roce 1981, přes ohromný úspěch, který znamenal rozšíření společnosti ze 2 na 3 000 zaměstnanců během pouhých 12 měsíců, ale už v roce 1983 zkrachovala a navzdory snahám o restrukturalizaci se již nikdy na scénu nevrátila.

Byla by to bývala pouhá hříčka historie známá leda mezi počítačovými „geeky“, nepostarat se o skon společnosti fenomén, o kterém se dnes studenti marketingu učí jako o tzv. Osborneově efektu (původní označení Osborne Effect zní trochu lépe, ale podržme se české alternativy). Jako počítačový nadšenec, který studoval ekonomii, korektně dodám, že mezi odbornou veřejností nepanuje shoda na tom, jak moc velký vliv Osborneův efekt na skon OCC měl, přinejmenším se na něm ale významně podílel, pokud jej dominantně nezajistil. A šlo o úplně ten samý problém, který dnes devastuje pozici elektrických aut na trhu, trápí automobilky a ve výsledku i zákazníci.

Pokud bych měl Osborneův efekt stručně definovat, jde o nevhodné či přinejmenším nevhodně načasované zacházení s prezentací možností budoucích produktů na překotně se rozvíjejícím trhu s nimi. Zní to trochu moc scholasticky, takže to zkusím i lidštěji - prostě začnete moc brzy a/nebo příliš lákavým způsobem poutat pozornost publika k vlastnímu budoucímu produktu, který ten současný nahradí, dalece překoná a nutně i znehodnotí. Když dnes jako Apple řeknu, že za rok představím hodinky s vodotryskem, na jehož vrcholu bude polonahá mořská panna plnit všechna vaše přání a budou stát jen 10 tisíc Kč, kdo si koupí dnešní model za 20 tisíc korun?

Je to záměrně absurdní příklad, ale podstata je pořád stejná - jde o jakousi vnitřní virtuální kanibalizaci, kdy prodeje současného produktu strháte příslibem budoucí evoluce, která ještě zdaleka nenastala a možná ani nenastane v podobě, jakou slibujete. Přesně to se stalo OCC. Její zakladatel a šéf začal poutat pozornost k novému modelu Executive, který měl být dramaticky lepší a výhodnější, čímž ale ve výsledku akorát pohřbil zájem o stávající OCC 1. To firmu stálo jmění, neboť to vedlo k propadu prodeje navzdory pozdějšímu výraznému snížení cen. Naštvalo to prodejce i zákazníky a když se nakonec z Executivu nevyklubal zase takový zázrak, bylo vymalováno.

Podobnosti se současným trhem s elektrickými auty jistě tušíte. Nejsme něčeho takového svědky už roky? A není to stále intenzivnější? Elektromobily jsou v podstatě jeden velký nesplněný slib, specifická kombinace politických a obchodních kroků je ale uvrhla do zajetí Osborneova efektu svého druhu a bude velmi těžké se z něj vymotat.

Základní proměnné jsou tu dvě. V první řadě je to velmi nízká laťka nastavená za situace, kdy začala být elektrická auta mohutně vnucována veřejnosti politickými tlaky. Nechat to trhu, nikdy se to nestane tak brzy, vedle spalovacích vozů jsou nedávno i současné elektromobily pořád vtip. Pokud někdo se vši vážností za milion korun roky nabízel či dál nabízí ničím nezajímavé auto s ekvivalentem 10 až 20litrové nádrže nafty v podobě mnoha set kilových baterií, které elektřinou „doléváte“ snadno i hodiny, přičemž takový vůz může za 8 let zcela ztratit hodnotu, co to je za konkurenceschopný produkt? Je to nesmysl, na otevřeném trhu by si jej skoro nikdo nekoupil.

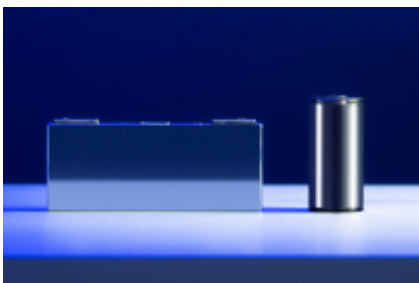
Přesto se těchto aut mezi lidi dostalo kvůli dotacím a dalším formám přerozdělování poměrně dost, což jim ale ve výsledku dnes více ubližuje než pomáhá. S takto nízko posazenou základní laťkou se možnosti elektromobilů mohou rychle posouvat vpřed, takže jakýkoli nový produkt bude podstatně lepší, protože ale standard - nikoli ideál - v podobě možností spalovacích aut a jejich hodnoty za peníze je ještě světelný rok jinde, pořád před sebou máte nekonkurenceschopné zboží. Jeho jedinou podstatnou schopností je tak zdevastovat zájem o dříve prodané elektromobily a tím i jejich hodnotu.

To samo o sobě na „Osborna“ nestačí, vytváří to pro něj ale perfektní prostředí. Lidé vidí, že ti, kteří si dříve elektromobil koupili, si především nadělali do vlastního hnízda, neboť za to šeredně zaplatili extrémní ztrátou hodnoty a jejich vůz se rychle stal zastaralým. Když tento trend vidíte, přidáte se? To už bude těžší a uděláte to tím méně, když automobilky a další firmy co chvíli oznamují své přelomové budoucí produkty. Revoluční baterie, nový zabiják Tesly, dobítí za 35 minut... Co z toho reálně je?

No prakticky nic, mj. z výše zmíněných důvodů. Když dnes doplňujete naftou ekvivalent snadno 240kWh baterie za 2 minuty, jak to chcete vyrovnat doplňováním třetinové kapacity za 17,5krát delší čas? Jsme pořád nikde, a to se stále bavíme o slibech, které se aspoň nějak daří plnit. Kde jsou ony revoluční levné a lehké baterie s ohromnou kapacitou, které vydrží dekády a nemají problém s dobíjecím výkonem v řádu megawatt? Nejsou nikde, nejsou ani na stole, ani za dalších 10 let **nemá přijít ani podstatný dílčí posun**. To samé platí o všech těch zabíjácích Tesly a dalších příslibech něčeho podstatně lepšího, na co lidé mohou čekat. Takové věci jen omezí zájem o současné produkty a přesto v kýžené podobě nikdy neprijdou. To už je „Osborne“ jako vyšitý.

Také z těchto důvodů zájem mezi lidmi o elektromobilitu postupně klesá a **stále větší část těch, kteří je poznali i nepoznali, chtějí příště spalovací vůz**. Takový trend může celý elektrický sen zničit, i když ve své podstatě aspoň parciálně uskutečnitelný byl. Tady někdo chtěl moc a nedostal nic. A odpovědní jsou za to jak politici, kteří začali lidem vnucovat zjevně „nedospělý“, nedostatečně konkurenceschopný produkt, tak automobilky, které proti tomu absurdně téměř neprotestovaly a Osborneův efekt naopak účinně přiživují sliby toho, co všechno mělo a má být, ale reálně není.

Bylo to nutné? Nestačilo to nechat na přirozeném vývoji a nechat trh dostat do situace, která je technicky i ekonomicky ospravedlnitelná?



Naposledy BMW oznámilo příchod skvělých nových baterií, které prý všechno změní. Tak na ně lidé budou čekat, současné elektromobily si nekoupí, nic takového pak nedorazí, bude to ovšem dostatečně lepší na to, aby to pohřbilo hodnotu dříve prodaných vozů a odradilo další a další část potenciálních kupců. Není to sebezničující spirála? Foto: BMW

Zdroje: Autoforum, BMW

[Petr Miler](#)

Všechny články na Autoforum.cz jsou komentáře vyjadřující stanovisko redakce či autora. Vyjma článků označených jako inzerce není obsah sponzorován ani jinak obdobně ovlivněn třetími stranami.