

Глава 5

Мистер Tesla

«Илон — идеальный инвестор», — признался как-то Мартин Эберхард своему сотруднику в тот период, когда отношения с Маском складывались как надо. Первое время Маск тоже был высокого мнения об Эберхарде. «В нашем мире не так много людей, запускающих великие продукты, но вы определенно один из них», — написал он в записке Эберхарду, когда однажды вечером они разбирались с какой-то проблемой.

Оба бизнесмена прошли схожий карьерный путь, хотя масштабы успеха отличались. Оба запустили стартапы, которые навсегда изменили медийные сферы: Маск заставил людей забыть о телефонных справочниках, а Эберхард — о книжных издателях. Они задумывались о желаниях клиентов и разрабатывали подходящие решения. Оба верили, что будущее за электромобилями. Оба могли быть обаятельными, веселыми и требовательными. Оба отличались упрямством и терпеть не могли глупцов.

Сотрудники компании видели Маска довольно редко. Разве что на заседаниях совета директоров. Но его интересовали детали разработок, и он часто делился идеями с Эберхардом по электронной почте. Так, Маск настаивал на том, чтобы сделать корпус Roadster из углеродного волокна — более легкого материала, используемого в суперкарах, вместо более дешевого стеклопластика.

«Слушай, если ты купишь такую же печь, какая стоит у нас в SpaceX, то сможешь делать кузова, как минимум, для 500 автомобилей в год, — писал Маск Эберхарду. — Сама печь стоила

нам 50 тысяч долларов. Вакуумный насос, морозильная камера и прочее оборудование обошлись еще в 50 тысяч. Кто бы что ни говорил, все это работает максимально просто. Можно делать высококачественные композитные материалы хоть у себя дома. Стоит раз попробовать, и сразу поймешь, что в углеволокне ничего сложного — только клей да нитки».

Примерно такие причудливые мысли частенько одолевали Эберхарда и Маска, пока они делали свои первые шаги в автомобильном бизнесе. Их оригинальные подходы словно разделяли Roadster на две непохожие части, постепенно разрушая рабочие отношения. Они обедали вместе, отмечали знаменательные события, поддерживали друг друга в трудные минуты. При этом Маск был больше привязан к Лос-Анджелесу и SpaceX, где шел процесс по созданию ракеты, которая не будет взрываться на старте. А жизнью Эберхарда были Tesla и Кремниевая долина. Бизнес-партнеров разделяли почти 600 км.

Хотя Эберхард не был знатоком в сфере автомобилестроения, окружающие восхищались его инженерными способностями. Он проявлял удивительную скорость погружения в проблему и поиск решения. Правда, не соглашаясь с коллегой, Эберхард иногда бывал слишком резким.

Например, однажды кто-то на совещании предложил установить солнечные батареи в новом офисе, который к тому времени переехал в соседний Сан-Карлос, на что Эберхард огрызнулся: «И на кой хрен нам это делать?» Но эти вспышки часто гасились его энтузиазмом и избитыми шутками. «Что сказал бы Никола Тесла, если был бы жив? — спрашивал Эберхард и сам же отвечал: Что я делаю в этом гробу?»

Как это часто бывает с основателями стартапов, это Эберхарда стало частью Tesla. Он с удовольствием собирал друзей в гараже компании по выходным, чтобы показать свое детище — первый инженерный прототип Roadster, созданный в начале 2006 года. Одним из них стал бывший коллега Эберхарда

по Packet Стивен Каснер, который когда-то познакомил его с командой AC Propulsion.

Команда часами напролет трудилась над доработкой финального прототипа, становясь все более сплоченной. Однажды в понедельник администратор Колетт Бриджман, придя на работу, обнаружила, что Джей Би Страубел, Джин Бердичевский и другие ребята из Стэнфорда, присоединившиеся к команде, обстреливают потолок из игрушечных бластеров, выпуская пар после долгой работы.

Бриджман была для Эберхарда связующим звеном, объединявшим многочисленную компанию инженеров. Например, она устраивала еженедельные встречи для сотрудников, чтобы те могли рассказать о своей личной жизни. Эберхард даже советовался с ней, планируя свою вторую свадьбу с девушкой, которая несколькими годами ранее подтолкнула его к созданию Tesla. Церемония бракосочетания проходила на лужайке любимого дома Эберхарда над Кремниевой долиной. Страубел был свидетелем этого радостного события, а приглашенный Маск не смог приехать.

Однако юность и связанная с ней неопытность компании стали проблемой, когда летом 2006 года Tesla готовилась представить публике Roadster. Трансмиссия электромобиля оказалась одновременно и центром внимания, и олицетворением проблем, с которыми столкнулась компания.

Автомобильная трансмиссия преобразует мощность, вырабатываемую двигателем, во вращательное усилие, которое приводит в движение оси, раскручивающие колеса. Годом ранее на концепт-каре использовалась односкоростная трансмиссия, собранная вместе с Honda. Но британской команде Tesla, состоящей из бывших инженеров Lotus, было поручено с нуля разработать трансмиссию с двумя скоростями. Это было спорным решением. Главным преимуществом Roadster было быстрое ускорение с места, а также высокая максимальная скорость.

В команде понимали, что электромобилю не нужно слишком много скоростей. У автомобиля с бензиновым двигателем

в трансмиссии несколько передач, обычно около пяти, для передачи энергии как на ускорение, так и на поддержание скорости. Первые передачи создают крутящий момент для разгона, а последние — ускоряют автомобиль, даже если двигатель немного отстает от вращения колес. Электродвигатель отличается тем, что вырабатывает крутящий момент практически мгновенно, а значит, для достижения максимальной скорости не нужно переключать множество передач.

Однако, по мнению британских инженеров, без двухскоростной трансмиссии машина не сможет разогнаться до 100 км/ч за 4,1 секунды и развивать высокую максимальную скорость. Они продемонстрировали свою разработку на компьютерах, показав симуляцию плавного переключения между первой и второй передачей.

В мае 2006 года прототип трансмиссии был привезен в Сан-Карлос. Но стоило достать его из ящика, как Дэйв Лайонс, бывший инженер IDEO, нанятый для повышения квалификации калифорнийской команды, тут же понял, что с ним что-то не так.

«А где, собственно, исполнительное устройство?» — спросил он. Трансмиссия была на месте, но не было части, соединяющей ее с осью.

Они позвонили в Великобританию, и сразу стала понятна нестыковка. В Калифорнии думали, что исполнительное устройство сделают британцы, а те — что инженеры Tesla сделают его сами. Летняя презентация была на носу, так что нужно было быстро решать возникшую проблему, а над устройством трансмиссии подумать уже после показа.

Пока Tesla готовилась впервые представить Roadster, Маск уточнил у Эберхарда предлагаемую цену автомобиля, сообщив, что говорил своим друзьям о 85 тысячах долларов. Эберхард предупредил, что не стал бы так категорично называть цену. Проблемы с поставщиком батарей и неопределенность с трансмиссией привели к тому, что прежние расчеты в 80 тысяч теперь казались заниженными. Он предложил назвать неточную цифру, допустим, от 85 до 120 тысяч долларов.

«Мне кажется, с 85 тысячами мы поспешили», — сказал Эберхард Маску, подытоживая свою мысль.

Последние три года Tesla, как и положено стартапу из Кремниевой долины, работала в режиме инкогнито. В это время основатели компаний пытаются встать на ноги, собирают начальные инвестиции и стараются избежать шумихи, которая привлекает внимание к неизбежным на первых порах ошибкам и неудачам. Тогда как выход из тени сопровождается созданием ажиотажа, направленного на привлечение денег или клиентов. Для Tesla задача была максимально простой — заранее продать людям Roadster. Большое количество предзаказов покажет поставщикам, что Tesla — серьезная компания, с которой можно работать.

Без риска тут не обошлось. Roadster — электромобиль, а не мобильное приложение, и Tesla предстояло еще много работы, чтобы довести модель до ума. И хотя Эберхард и Маск надеялись на скорейшую доставку машины покупателям, сформировался примерно следующий план релиза новых моделей:

- Продемонстрировать прототип.
- Завершить инженерные работы по созданию реального автомобиля, чтобы сделать его пригодным для эксплуатации.
- Запустить модель в производство.
- Пустить автомобиль в продажу, надеясь на положительные отзывы придирчивых рецензентов и требовательных покупателей, сделавших предзаказ.
- Повторить то же самое с новой моделью.

На любом этапе этой сложной программы можно было споткнуться. И хотя презентация безусловно важна, некоторых удивило, что Эберхард так сильно волновался, пытаясь порадовать Маска.

Маск хотел представить Roadster на вечеринке. При подготовке ни одна деталь не ускользала от личного помощника Маска. Все, от оформления до еды, было продумано до мелочей.

Список гостей, естественно, составил сам Маск. Мероприятие планировалось провести в аэропорту Санта-Моники, где можно было арендовать ангар и покататься на двух готовых прототипах Roadster — красном и черном. Гостям рекомендовали захватить с собой чековые книжки, так как депозит в размере 100 тысяч долларов обеспечивал право получить автомобиль, как только он будет готов в 2007 году. Целью Tesla было заранее продать 100 автомобилей в течение двух-трех месяцев после мероприятия.

За несколько дней до мероприятия крупные газеты начали публиковать статьи о Tesla. В статье New York Times Эберхарда назвали председателем совета директоров, а не президентом, а Маска вообще не упомянули.

В преддверии запуска Джессика Свитцер, которая руководила маркетингом Tesla, наняла агентство по связям с общественностью в Детройте для того, чтобы дать рекламу в автомобильных СМИ. Маск уволил их, как только узнал об этом. Он не хотел тратить деньги на маркетинг до того, как автомобиль будет готов, считая, что его собственное участие и сам Roadster привлекут достаточно внимания. Маск и без того был недоволен решением Свитцер потратиться (с одобрения Эберхарда) на фокус-группы для тестирования автомобиля и бренда. Так что инвестор приказал Эберхарду уволить маркетолога. Тот был шокирован, но со слезами на глазах выполнил распоряжение.

Так Колетт Бриджман, бывший администратор, которая пришла в Tesla с большими надеждами, оказалась в новой для себя роли маркетолога. Теперь именно ей предстояло курировать готовящееся мероприятие. Была привлечена еще одна пиар-компания, но и она пришлась Маску не по нраву. За несколько дней до мероприятия крупные газеты начали публиковать статьи о Tesla. В статье New York Times Эберхарда назвали председателем совета

директоров, а не президентом, а Маска вообще не упомянули. Инвестор пришел в ярость, написав нанятым пиарщикам гневное письмо: «Я был невероятно шокирован и оскорблен статьей в New York Times. Если что-то подобное произойдет еще раз, считайте, что дни вашего сотрудничества с Tesla сочтены».

Когда пришло время мероприятия, Маск пустил в ход все свое неловкое обаяние. Он обратился к присутствующим 350 гостям, бегом сообщив, что его жена в любой момент может родить тройню (и это после двух близнецов). Среди гостей были Майкл Айснер, генеральный директор Disney, Джефф Сколл из eBay, актер сериала «Западное крыло» Брэдли Уитфорд, продюсер Ричард Доннер и актер Эд Бегли-младший. Присутствовал даже тогдашний губернатор Калифорнии Арнольд Шварценеггер. Но главной звездой вечера стал Эберхард, который представил миру компанию Tesla вместе с ее новым автомобилем. С присущим ему энтузиазмом Эберхард рассказывал со сцены, почему пришло время для полностью электрической машины: «Этот спортивный электрокар способен изменить вождение в США до неузнаваемости».

Внутри ангара Бриджман соорудила специальные станции, где инженеры могли пояснить работу тех или иных механизмов электромобиля. Технология была настолько новой, что людям требовался небольшой ликбез, прежде чем они будут готовы на такие серьезные вложения. Каждый сотрудник должен был тонко и бережно подвести клиента к завершению сделки. Команда отслеживала продажи на специальном экране.

Но слова Эберхарда, Маска или инженеров в конечном счете мало значили для посетителей. Важен был сам Roadster. Автомобиль совсем не походил на любительский tzero, который завоевал интерес среди энтузиастов электромобилей. Roadster выглядел как самый настоящий спортивный автомобиль, и будущий владелец легко мог представить, как разъезжает на нем по Беверли-Хиллз, заставляя оборачиваться прохожих.

Джей Би Страубел, одетый в мешковатую черную рубашку с Т-образной эмблемой Tesla на пуговицах, проводил тестовую поездку для губернатора. Толпа выстроилась в ряд, чтобы посмотреть, как Страубел медленно выезжает из ангара с огромным Шварценеггером, сидящим с поджатыми ногами в тесном для него автомобиле.

«Жми на газ!» — крикнул кто-то из толпы. Но Страубел не спешил, выравнивая машину на взлетно-посадочной полосе аэропорта, чтобы было, где разогнаться. Заняв нужную позицию, он нажал на педаль газа, машина набрала скорость, а мотор зажужжал, словно летающая тарелка. Вжух! И машина скрылась из виду, оставив лишь небольшое облако пыли. В тишине было слышно шуршание шин по трассе и протяжный звук «Вау!», вырвавшийся у всей толпы разом.

Это была не машинка для гольфа. Мечта Эберхарда, Маска и Страубела сбылась. У них был настоящий (и очень дорогой) электрический спортивный автомобиль. Именно такой, который Эберхард искал для себя четыре года назад, когда его еще не существовало. Ехать на Roadster все равно, что оседлать молнию. Когда Страубел вернулся к ангару, лицо губернатора расплылось в широкой улыбке.

До конца вечера автомобиль оставался главной темой разговоров. Стремительное ускорение на импровизированном треке. Мгновенный крутящий момент. Тест-драйв сделал то, чего не могли сделать никакие рекламные кампании. К середине вечеринки у Tesla уже было двадцать заказов, а покупатели спешили опустить свои чеки на 100 тысяч долларов в маленький денежный ящик.

В тот вечер Маск не просто демонстрировал Roadster, он также изложил свой грандиозный план развития компании Tesla. Покупая электромобиль компании, человек не просто получал уникальный спорткар, но инвестировал в разработку других экологически чистых транспортных средств. Через несколько дней Маск пошел дальше, опубликовав на сайте Tesla свое видение развития компании, которое стало продолжением его простого трехшагового плана, названного «Секретным генеральным планом Tesla Motors».

«В соответствии с требованиями быстрорастущей технологической компании, весь свободный денежный поток вливается обратно в научно-исследовательскую деятельность и разработку, чтобы снизить затраты и как можно быстрее выпустить следующие модели на рынок, — написал Маск. — Покупая спортивный автомобиль Tesla Roadster, вы фактически помогаете оплатить разработку недорогого семейного автомобиля».

Он добавил еще одну цель: обеспечить производство электроэнергии с «нулевым уровнем выбросов». В блоге упоминались его недавние инвестиции в компанию по производству солнечных панелей для жилых домов под названием Solar City Corp. Это совместное предприятие с двумя двоюродными братьями Маска, где он стал председателем совета директоров (третья компания после Tesla и SpaceX). По словам инвестора, эти панели могли в день производить энергию, которой хватит на 80 км езды на электромобиле. Маск продавал не только крутой спортивный автомобиль, но и идею о том, что его можно привести в движение без ископаемого топлива.

В Калифорнии эта идея пришлась по душе, и даже после мероприятия заказы на автомобили продолжали поступать. Многие хотели попасть в первую сотню клиентов, чтобы получить специальную версию Tesla. Джо Фрэнсис, создатель франшизы Girls Gone Wild, прислал в офис в Сан-Карлосе бронированный грузовик, чтобы передать свой депозит в размере 100 тысяч долларов наличными. Встревоженный такой суммой денег на руках, соучредитель компании Марк Тарпеннинг поспешил в банк. Шварценеггер рассказал о Roadster на автошоу в Сан-Франциско и сообщил, что уже внес предоплату. То же самое сделал и актер Джордж Клуни. В течение трех недель первые сто автомобилей были удачно распроданы.

Успех презентации Roadster сделал популярным и Эберхарда. Он снялся в рекламной кампании BlackBerry, появился на шоу Today и стал постоянным участником конференций, куда его приглашали рассказать о своем видении будущего автомобильной индустрии.

Эберхард стал лицом компании Tesla. В качестве подарка на свадьбу жена купила ему номерной знак с надписью: «Мистер Тесла».

Осталось лишь запустить Roadster в производство.

На фоне растущего числа заказов и ажиотажа многие стали тщательно изучать компанию Tesla. Один потенциальный клиент написал в Vantage Point: «Мне неудобно писать вам напрямую, но я хотел бы кое-что узнать у вас... Если я закажу один из электрических Roadster от Tesla, стоит ли беспокоиться о платежеспособности компании и не потеряю ли я свой большой депозит? Я не знаю, что делать: одна часть меня хочет просто довериться и заплатить деньги, а другая говорит, что нужно подождать и посмотреть, стоит ли оно того».

Вжух! И машина скрылась из виду, оставив лишь небольшое облако пыли. В тишине было слышно шуршание шин по трассе и протяжный звук «Вау!», вырвавшийся у всей толпы разом.

Сообщение попало к Маску, Эберхарду и Джиму Марверу, недавно назначенному представителем Vantage Point в совете директоров Tesla. «Не знаю, как реагировать на подобные запросы», — написал аналитик Vantage Point, пересылая сообщение. «Нужно сказать правду — что он серьезно рискует, отдавая свои деньги, и лучше подождать? Или лучше написать, что мы готовы дать определенные гарантии?»

Маск ответил решительно: «Я всегда ясно давал понять — мне кажется, что Tesla ждет великое будущее и мы выпустим замечательный автомобиль, но мы никак не можем гарантировать сохранность вложенных денег. Все, что я могу порекомендовать, — это успеть заказать одну из первых ста машин, потому что в будущем они будут иметь наибольшую ценность».

Тем временем официальные лица Vantage Point встревожились из-за того, что взносы не были помещены на отдельный счет,

а смешались с потоком общих денежных средств компании. Генеральный директор фонда Алан Зальцман считал, что такой подход подвергает их ненужному риску, и не стеснялся выражать свое недовольство. Это был первый признак грядущих трений между Vantage Point и Tesla.

Однако, имея на руках готовый прототип, Маск думал о более насущных проблемах. Впервые он смог увидеть и почувствовать, каким будет автомобиль. И Маска результат не удовлетворил, поэтому он начал вносить все больше предложений по доработке. Но если в 2005 году инвестор находился в предвкушении, то сейчас он скорее был разочарован. Прежде всего нерасторопностью Эберхарда.

Маск считал, что в салон машины трудно забраться, сиденья неудобные, а интерьеру не хватало изысканности по сравнению с другими дорогими автомобилями. Осенью 2006 года Маск вспылал из-за качества приборной панели. «Это очень серьезная проблема, и мне жаль, что вы не считаете ее таковой», — написал тогда Маск в электронном письме Эберхарду.

Эберхард с этим не согласился, сказав, что есть более приоритетные задачи, которые необходимо решить, особенно если Tesla собирается начать производство летом 2007 года, то есть менее чем через год. «Я просто не вижу абсолютно никакого способа исправить перечисленные вами недоработки до начала производства без значительного ущерба для стоимости и графика, — объяснил он. — Нам нужно разобраться со множеством сложных задач, чтобы запустить автомобиль в производство. Тут и серьезные финансовые трудности, и проблемы с поставщиками (трансмиссии, кондиционеры и т. д.), и наша собственная конструкторская незрелость, помноженная на стабильность Lotus. Я не сплю ночами, беспокоясь о том, как бы запустить электрокар в производство к 2007 году».

Эберхард продолжал, почти умоляя: «Ради собственного спокойствия и спокойствия моей команды, я не стану тратить кучу времени на обдумывание приборной панели и других элементов,

которые я хочу исправить после [начала производства]. У нас есть длинный список вопросов, о которых можно подумать позже, и я ими займусь, как только позволит график».

Возможно, Эберхард надеялся оттянуть время или утихомирить Маска, но только еще больше разозлил его: «Для меня важно услышать, что перечисленными мной проблемами вы займетесь после [начала производства] и, что важнее, проинформируете о предстоящем обновлении наших клиентов до того, как они получат автомобиль. Никто не требовал заниматься этим до запуска, и я не понимаю, к чему вы вообще поднимаете этот вопрос, пытаясь увести меня от темы».

Шварценеггер рассказал о Roadster на автошоу в Сан-Франциско и сообщил, что уже внес предоплату. То же самое сделал и актер Джордж Клуни.

В конце 2006 года все более расширяющийся штат сотрудников компании Tesla мог наблюдать, какой стресс испытывает Эберхард. Он сидел в своем кабинете, положив голову на руки, или смотрел в пустоту, почесывая бороду. Поздно вечером Эберхард в отчаянии позвонил члену совета директоров Лори Йолер, рассказав обо всех изменениях, которых требовал Маск, и об оказываемом на него давлении.

После уикенда, проведенного во время тест-драйва прототипа Roadster, Маск решил, что сиденья Lotus неудобны. Но изготовление сидений на заказ добавило бы к стоимости разработки 1 миллион долларов, а таких денег у компании не было. Забраться в Roadster было непросто, особенно для беременной жены Маска, Джастин. Сиденье лишь немного возвышалось над землей, поэтому ноги водителя почти не сгибались в коленях, словно он садился в мощные сани, а не в спортивный автомобиль.

В оригинальном дизайне Elise нужно было перелезть через высокий выступ на дверной раме. Маск хотел опустить эту кромку на пять сантиметров, что добавило бы еще 2 миллиона долларов к стоимости проекта. Также он хотел установить специальные фары, на что было выделено 500 тысяч долларов, и электронные защелки вместо механических кнопок на дверях — это еще миллион. А переход от стекловолокна к углепластику увеличил стоимость каждого автомобиля на 3 тысячи долларов. Маск хотел самостоятельно управлять разработкой своего автомобиля. И дело не в том, что он был не прав, просто в какой-то момент замечаний стало слишком много. «У Илона так много идей, что я попросту не успеваю за ними», — признался Эберхард в разговоре с Йолер.

В конце ноября 2006 года он представил совету директоров презентацию, в которой расчетная стоимость производства каждого Roadster была увеличена до 83 тысяч долларов по сравнению с первоначальным планом в 49 тысяч долларов. Эта цифра была рассчитана при условии, что производство начнется не летом 2007 года, как предполагалось ранее, а следующей осенью. Ожидалось, что к концу декабря компания будет выпускать по 30 автомобилей в неделю. Но даже этот прогноз был полон оговорок — они все еще не завершили разработку многих деталей производства и не выбрали поставщиков. Эберхард надеялся снизить стоимость на 6 тысяч долларов в течение следующего года.

Одной из нерешенных проблем оставалась самая дорогая система автомобиля — электрическая трансмиссия, то есть батареи и двигатель. Стоимость аккумуляторных элементов оказалась вдвое выше, чем прогнозировалось. Tesla была основана на идее доступности недорогих потребительских батарей, но инженеры компании поняли, что не все аккумуляторы одинаковы, даже те, которые продаются под одним и тем же унифицированным идентификатором (называемым 18 650 за размеры элементов — 18 на 65 мм). У каждой компании был свой способ изготовления элементов, который влиял на их применение в автомобиле.

После проведенных тестов команда Страубела выделила всего несколько компаний, чьи батарейки работают лучше всего, включая Sanyo. Если бы поставщики аккумуляторов узнали об установленных в Tesla ограничениях, это ослабило бы позиции компании в переговорах. В сложившейся ситуации производители считали, что Tesla имеет неограниченные возможности. Некоторые сотрудники, в том числе Джин Бердичевский, опасались зависимости компании от ограниченного числа поставщиков батарей и настаивали на выделении денег для разработки других вариантов. Эберхард ответил отказом — дополнительного финансирования попросту не было. В то же время его команда пыталась найти поставщика, который мог бы изготовить трансмиссию по спецификациям и цене Tesla. Это основа автомобиля, и в Roadster она все еще была далека от идеала.

Выступление Эберхарда на заседании совета директоров в ноябре 2006 года вынудило Маска и Джима Марвера из Vantage Point ввести антикризисные меры, в частности, из-за неспособности Эберхарда ответить на вопросы о затратах. «Дело не в том, что Мартин не знал, сколько стоит автомобиль, а скорее в том, что ему неловко навскидку называть точные цифры за конкретный производственный квартал», — сказал Маск Марверу. Но умолчал о своем твердом намерении выяснить, что же на самом деле происходит в компании. Через несколько недель Маск полетел на встречу в Lotus, не оповестив об этом Эберхарда. Инвестор хотел лично узнать мнение британцев о том, как Tesla справляется со сроками реализации проекта.

«Уверен, вы можете представить, насколько неловкой мне кажется ситуация, при которой Илон просит у Lotus высказать свое мнение о сроках производства», — писал Эберхарду перед встречей Саймон Вуд, директор Lotus. Его прогноз был смутным: «Как я понимаю, наши сроки будут отличаться от тех, которые называет ваша команда».

Уже по первым слайдам презентации Маск понял, что мнение Вуда «может быть воспринято как пессимистическое, но тем

не менее отражает общую точку зрения ключевых сотрудников Lotus, вовлеченных в проект». Вуд сообщил, что у Lotus есть список из почти 850 проблем, начиная от тех, которые напрямую связаны с работоспособностью автомобиля, вопросами безопасности и нормативными требованиями, и заканчивая теми, которые повлияют на уровень удовлетворенности клиентов или потребуют незначительных исправлений.

По расчетам Вуда, Lotus могли бы решать по 25 таких проблем в неделю, что добавило бы к графику более 30 недель, прежде чем можно приступить к производству. Все это означало, что к Рождеству 2007 года Lotus рассчитывала произвести от силы 28 моделей Roadster. Тогда как в Tesla обещали, что к концу года компания будет выпускать по 30 автомобилей в неделю.

И все же, несмотря на растущие опасения, 2007 год для совета директоров Tesla начался оптимистично: в следующем году компания планировала выйти на биржу. В январе Марвер предложил совету начать переговоры с банкирами. В Tesla обсуждали идею о займе денег, которые по определенной цене будут конвертированы в пакет акций. Они надеялись, что эта схема позволит снизить выплаты по долговым обязательствам, тем самым обеспечивая стабильность до тех пор, пока компания не станет публичной.

Марвер предложил Эберхарду на следующей неделе выступить на инвестиционной конференции в Нью-Йорке. Маску не понравилось, что Эберхард будет тратить время на малозначительные встречи по пиару и финансированию вместо доработки Roadster. «Есть несколько неотложных вопросов по Roadster, которыми Мартин должен заняться прямо сейчас, — сказал Маск совету директоров. — Мы уже значительно отстали от графика поставок и можем отстать еще больше».

По мере приближения к концу года совет директоров сужал свои планы. Весной Маск сказал совету директоров, что Tesla необходимо собрать от 70 до 80 миллионов долларов, чтобы продержаться до выхода на биржу в марте или апреле 2008 года.

Дедлайны срывались один за другим. В то же время Марвер не хотел использовать уже собранные деньги с депозитов за Roadster. «Многие считают, что мы не должны тратить эти деньги, пока не начнем поставки Roadster. Надеюсь, это произойдет в октябре, — сказал он членам совета директоров. — Например, отправив 25 автомобилей, указанных в бизнес-плане, мы сможем потратить 2,5 миллиона долларов с предзаказов. Если бы точно знать, что осенью нам будет доступен частный капитал по выгодной стоимости, то сейчас можно было бы обойтись относительно небольшой суммой инвестиций». Но Марвин беспокоился из-за возможных задержек, а также из-за того, что инвесторы могут резко передумать давать компании займы или вкладывать в нее собственные средства.

Невозможно плотный график, сорванные сроки, производственные неудачи, недостаточное финансирование — все это указывало на очевидный факт. Внутри компании происходило что-то странное.

В итоге совет директоров решил дополнительно привлечь 45 миллионов долларов — почти в два раза меньше, чем предлагал Маск. Теперь компания оценивалась в 220 миллионов долларов. Это решение позволило надеяться, что производство начнется уже в этом году. Но это по-прежнему не точно.

Невозможно плотный график, сорванные сроки, производственные неудачи, недостаточное финансирование — все это указывало на очевидный факт. Внутри компании происходило что-то странное. Но что именно? К счастью, Маск знал, где искать ответ.