

ТРАНСПОРТ БУДУЩЕГО

АВТОПИЛОТЫ, ЭЛЕКТРОКАРЫ И ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ — ЭТО ТО, ЧТО НАС ЖДЕТ В АВТОИНДУСТРИИ. В ТО ВРЕМЯ КАК НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ О РАДИКАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЯХ ГОВОРЯТ В БУДУЩЕМ ВРЕМЕНИ, НА ЗАПАДЕ ЭТО БУДУЩЕЕ УЖЕ НАСТУПИЛО.

КРИСТИНА НАУМОВА

В последние годы в России уделяли много внимания депрессивной ситуации в отечественной автомобильной отрасли. На фоне периодически простаивающих заводов, покидающих Россию дилеров и падающих продаж вопрос об инновациях и высоких технологиях был для внутреннего рынка неактуален. Ключевым оставался вопрос, как удержать рынок на плаву. Между тем мировая автоиндустрия уже давно шагнула в будущее.

ЗАОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ «Очень скоро буквально вся информация о моем автомобиле будет жить в одном мобильном приложении. Дилер будет узнавать о том, что происходит с машиной раньше, чем сам владелец. Его задачей будет максимально быстро помочь клиенту с любой обнаружившейся неполадкой. Некоторые неполадки дилер будет вполне в состоянии решить удаленно, то есть без визита в дилерский центр», — рассказывает генеральный директор группы «Аларм-Моторс» Роман Слущкий.

Глобальные производители уже давно обратили внимание на необходимость обеспечения максимального контакта клиента с автомобилем, говорит генеральный директор «Auto-Dealer-СПб» Михаил Чаплыгин. Одним из первых подобными разработками стал заниматься Ford. В частности, концерн инвестировал более \$180 млн в компанию Pivotal, работающую в области облачных технологий. «Партнеры разрабатывают такие решения, которые полностью исключают водителя из управления автомобилем. Например, водитель покупает хлеб в конкретной булочной. Машина на момент необходимости совершить визит в булочную уже будет знать, есть там этот хлеб или нет. Если нет, то она предложит хозяину найти другое место. Автомобиль в этом случае становится частью цифрового жизненного цикла его владельца и одновременно находится во взаимосвязи со многими другими системами», — рассказывает господин Чаплыгин.

На мировом рынке ситуация такова, что уже сегодня большинство автомобилей оснащено функциями *connectedcar* (возможность синхронизации работы автомобиля с цифровыми устройствами). Заместитель председателя правления ГК «Автоспеццентр» Александр Зиновьев приводит цифры: к 2021 году объем мирового рынка таких авто превысит 122 млрд рублей, то есть вырастет более чем в три раза. При этом 83% всего объема составят системы обеспечения безопасности, автономного вождения и информационно-развлекательных услуг. К 2020 году количество подключенных автомобилей может вырасти с 25 до 70 млн единиц.

Интеграция мобильных телефонов и приложений — эта та ниша, в которой могли бы проявить себя российские разработчики, полагает генеральный директор исследовательской компании MAR Consult Дмитрий Шиманов. Такие премиум-марки,



ОДНОЙ ИЗ ТЕНДЕНЦИЙ В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ СТАНЕТ ПОВЫШЕНИЕ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ АВТОМОБИЛЯ

как BMW и Volvo, уже предлагают клиентам мобильные приложения, через которые можно управлять широким перечнем функций. К ним относятся мониторинг состояния автомобиля, данных бортового компьютера, сервисных интервалов, а также запуск двигателя и активная парковка.

«Россияне уже активно работают на рынке мобильных приложений, и их продукты нацелены в основном на западный рынок, так как он является наиболее емким и платежеспособным», — говорит господин Шиманов.

Эксперт направления «Оценка и финансовый консалтинг» группы компаний SRG Марина Золотарева полагает, что для разработки и внедрения радикальных инноваций отечественному производителю необходимо завоевание сегментов более высоких классов. В среднесрочной перспективе выход в премиум-сегмент отечественных производителей, по ее мнению, маловероятен. Однако ускорить процесс выхода на рынки более высокого класса может позволить развитие сотрудничества отечественных производителей с лидерами мирового автопрома.

КОНСЕРВАТОРЫ И РЕВОЛЮЦИОНЕРЫ Российский потребитель, разумеется, тоже хочет иметь доступ ко всем мировым инновациям, говорит господин Чаплыгин. «Инновации приходят в нашу страну, но пока это связано лишь с клиентскими

сервисами», — продолжает Михаил Чаплыгин. — Например, популярный в России на протяжении последнего года Jaguar F-Pace позволяет водителю в любой критической ситуации быть на оперативной связи с клиентским центром компании».

Автомобильные бренды развивают направление коммуникации с клиентом. Сегодня компании используют не только телефон, но и онлайн-форму на вебсайте или чат, e-mail, факс, click-to-call, социальные сети и мессенджеры, говорит директор по развитию бизнеса Teleperformance Russia Group Елена Жабинская. Однако, несмотря на широкий выбор и высокие показатели диджитализации клиентского сервиса, потребители по-прежнему чаще всего выбирают голос. И это вполне объяснимо: в случае экстренной ситуации потребитель вряд ли будет ждать ответ в социальных сетях или чате, говорит собеседник издания.

Иными словами, в России о радикальных инновациях еще речи нет. Вопрос в том, насколько российский рынок готов к технологиям будущего. Обновленные версии автомобилей, поступившие на российский рынок в 2016–2017 годах, уже сильно отличаются от своих предшественников. Это автомобили нового поколения, более технологичные, оснащенные набором определенных опций, которых не имели их предшественники, рассказывает Александр Зиновьев. Но технологический прогресс интересует не всех клиен-

тов. Во-первых, не всем это по карману. Во-вторых, есть автомобилисты, которым трудно даются перемены. «Не всем необходимы технологии, которые присутствуют в обновленных версиях авто. Не все готовы платить за оснащение более высокую цену, кто-то просто хочет ездить на проверенном, качественном, отвечающем современным стандартам автомобиле, без каких-либо излишеств. Не все поколения автолюбителей освоили технологический прогресс», — вынужден констатировать господин Зиновьев.

Потребитель в премиум-сегменте наиболее чувствителен к обновлению модельного ряда, он хочет покупать новые технологичные модели и гонится за новинками. «Например, если ожидается выход на рынок обновленной модели Audi Q5, спрос на текущую версию снизится, потому что все будут ждать новинку. Мы ожидаем рост продаж в премиум-сегменте во второй половине года за счет выхода новых моделей», — говорит Александр Зиновьев.

ПРЕВРАЩЕНИЕ ВОДИТЕЛЯ В ПАССАЖИРА Одним из важнейших направлений для мировых разработчиков в автомобильной отрасли является создание и тестирование беспилотников. Практически все мировые автоконцерны — Ford, General Motors, Audi, BMW, Nissan — занимаются созданием подобной техники, обещая, что она будет безопасной для их владельцев и пассажиров. «С одной стороны, это дей-