



با آنلاین کردن خودرویتان سالانه 4,500,000 تومان صرفه‌جویی کنید

با شبکه‌کردن خودروها می‌توان 1400 دلار در هر خودرو صرفه‌جویی کرد که به شکل کاهش هزینه‌های سوخت و ترافیک برای رانندگان، خودروسازان و در نهایت کل جامعه برمی‌گردد.

با شبکه‌کردن خودروها می‌توان 1400 دلار در هر خودرو صرفه‌جویی کرد که به شکل کاهش هزینه‌های سوخت و ترافیک برای رانندگان، خودروسازان و در نهایت کل جامعه برمی‌گردد.

محبوبه عمیدی: می‌دانیم که دنیای آینده متعلق به خودروهای آنلاین خواهد بود. آنها هم می‌توانند نقشی را که تلفن‌های هوشمند امروزه در جهان ارتباطات به عهده گرفته‌اند، با سرعتی به مراتب آهسته‌تر در صنعت خودروسازی دنیا پیدا کنند. هر چقدر تعداد این خودروهای آنلاین در جاده‌ها و خیابان‌ها بیشتر شود، داده‌هایی که ارسال می‌کنند بارزتر و قابل‌اعتمادتر خواهد شد.

متخصصان سیسکو می‌گویند مطابق تخمین آنها ارزش سالانه این داده‌ها برای هر خودرو می‌تواند حدود 1400 دلار (معادل 4.5 میلیون تومان) باشد.

آندریاس مای، یکی از مدیران اجرایی سیسکو می‌گوید: «جمع‌آوری این داده‌ها و استناد به آنها می‌تواند برای گروه‌های متعددی مفید باشد. یکی از این گروه‌ها رانندگان هستند. محاسبات ما نشان می‌دهد سیستم‌های ناوبری هوشمندی که اطلاعات را لحظه‌ای دریافت می‌کنند، می‌توانند با تشخیص دقیق‌تر بهترین مسیر باعث شوند رانندگان سالانه حدود 550 دلار (1,8 میلیون تومان) صرفه‌جویی کنند. بخشی از این صرفه‌جویی به اجتناب از مسیرهای پرترافیک برمی‌گردد و قسمتی از آن به مصرف سوخت کمتر مربوط می‌شود«.

تمام افراد جامعه نیز از ردوبدل شدن این داده‌ها به دلیل ترافیک روان‌تر و افزایش حجم خودروهای عبوری در جاده‌ها و خیابان‌ها بهره خواهند برد. محاسبات متخصصان سیسکو نشان می‌دهد چیزی حدود 420 دلار (1,350,000 تومان) سهم سرانه هر خودرو در کاهش هزینه‌های تحمیل شده به جامعه است.

گروه دیگری که در این بازی برد-برد مشارکت می‌کنند، شرکت‌ها و تولیدکنندگان سیستم‌های راهنمای حرکت، ناوبری و پارک خودرو هستند که به ازای هر خودرو سالانه سهمی 150 دلاری (500 هزار تومان) از این بازار خواهند داشت.

در نهایت خودروسازان نیز که از اپلیکشن‌های تازه و سیستم‌های نظارتی بهتری برای خودروها استفاده می‌کنند، می‌توانند هزینه کمتری را به گارانتی خودروها اختصاص دهند. سرانه این رقم برای هر خودرو می‌تواند حدود 300 دلار (950 هزار تومان) باشد.

هنوز نمی‌دانیم چه زمانی امکان به اشتراک گذاشتن این داده‌ها فراهم می‌شود؛ اما نکته‌ای که حائز اهمیت است حفظ حریم خصوصی رانندگان و کسب اجازه از آنها برای دستیابی به داده‌هایی است که به آنها تعلق دارد. بررسی‌های مای و همکارانش نشان می‌دهد حدود 74 درصد از رانندگان تمایل دارند این داده‌ها را با دیگران به اشتراک بگذارند. شاید کاهش بخشی از هزینه‌ها در قبال ارسال داده‌های مورد نیاز خودروسازان یا مثلاً پرداخت هزینه بیمه کمتر بتواند رانندگان را تشویق کند که اطلاعات مورد نیاز را با شرکت‌های

مسئله مهم‌تر دسته‌بندی دقیق داده‌ها برای به اشتراک گذاشتن آنها است؛ چون خودروسازان ناچارند این اطلاعات را با گروه‌ها و شرکت‌های دیگری نیز به اشتراک بگذارند. مای می‌گوید: «#171؛ باید در ابتدا بر سر اینکه داده‌ها به چه کسی تعلق دارد به توافق برسیم. باید آنها به راننده تعلق داشته باشند چون او مالک خودرو است؛ اما تا این مسئله حل نشود، به اشتراک‌گذاری داده‌ها غیرممکن خواهد بود».