



مبارزه خودروسازها برای استفاده از فناوری‌های نوین / حذف قدیمی‌ها از بازار

ورود اینترنت به اتومبیل‌ها به یکی از زمینه‌های رقابت تبدیل شده است. خودروسازان با استفاده از این ابزار تأثیرگذار میزان فروش خود را افزایش می‌دهند اما در این مسیر با موانع بزرگی از جمله غول‌های بزرگ تجهیزات الکترونیکی طرف هستند.

ورود اینترنت به اتومبیل‌ها به یکی از زمینه‌های رقابت تبدیل شده است. خودروسازان با استفاده از این ابزار تأثیرگذار میزان فروش خود را افزایش می‌دهند اما در این مسیر با موانع بزرگی از جمله غول‌های بزرگ تجهیزات الکترونیکی طرف هستند. به گزارش خبرگزاری مهر، به زودی می‌توان وارد اتومبیل‌ها شد و به مقصد رسید بدون اینکه حتی راننده فرمان اتومبیل را لمس کند. در هفته‌های اخیر، تبلیغات پیرامون اتومبیل‌هایی که با استفاده از فناوری‌های روز، رانندگی را آسان می‌کنند، افزایش یافته است. "نیسان" وعده داده که تا سال 2020 اتومبیل‌هایی را با قیمت مناسب تولید خواهد کرد، اتومبیل‌هایی که بدون راننده قابل استفاده هستند. "والتو" یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان قطعات خودرو فرانسه نیز پژوهش‌های متعددی را در زمینه تولید اتومبیل‌های مستقل انجام داده است.

پیش‌بینی می‌شود، موضوع ساخت اتومبیل‌های هوشمند و مستقل که یکی از مهم‌ترین موضوعات نمایشگاه اتومبیل فرانکفورت (12 سپتامبر 2014 مصادف با 20 شهریور 1393) است، توجه بسیاری را به سوی خود معطوف کند. در این زمینه گوگل نیز علی‌رغم جدا بودن از دنیای خودروسازان به پیشرفت‌های قابل توجهی دست یافته است.

خودروسازان تکنولوژی‌های متعددی برای تولید اتومبیل‌های بدون راننده مانند امکان دید سیصد و شصت درجه، مدیریت اتومبیل در صورت رسیدن به موانع و در نهایت شناخت مسیر را آغاز کرده‌اند. این ابزارها برای عملکرد صحیح نیاز به شناخت از زیر ساخت‌های جاده‌ای و در نتیجه دسترسی به اینترنت دارند.

مبارزه غول‌های خودروسازی

"سباستین آمیشی"، کارشناس و تحلیلگر حوزه خودرو در این رابطه می‌گوید: "از هم اکنون تا سال 2020، فروش این نوع خودروها سه برابر می‌شود و به پانزده میلیارد یورو در سراسر جهان خواهد رسید. در سال‌های اخیر، گروه‌هایی مانند گوگل بدون حضور قبلی در بازار اتومبیل به این زمینه علاقه مند شده‌اند. از سوی دیگر، اگر سازندگان خودرو بخواهند بخش فناوری را به تولیدات خود بیافزایند باید هزینه اضافه شده آن را نیز مد نظر قرار دهند.

به غیر از گوگل، نوکیا، اپل، سامسونگ و "آی. بی. ام" (شرکت ماشین‌آلات بین‌المللی کسب و کار) را نیز باید به تازه‌واردان این بازار جدید افزود. "آمیشی" می‌افزاید: "بسیاری از این گروه‌ها که تجربه‌ای در زمینه خودروسازی ندارند تنها به دلیل نگرانی وارد این حوزه شده‌اند؛ آنها نگران هستند که با تولید خودروهای مستقل و مجهز به اینترنت، بازار اسمارت فون‌های داخل اتومبیل را از دست بدهند."

تمام فعالان عرصه تولید خودرو که سابقه طولانی در این بخش دارند با پتانسیل‌های بازار آشنا هستند اما ریسک‌های مرتبط با ورود اتومبیل‌های متصل به اینترنت را نیز می‌شناسند. "رمی کورنوبر"، کارشناس اتومبیل در شرکت مشاوره‌ای "اولیور وایمن" در پایان این طور نتیجه‌گیری می‌کند: "در برخی صنایع با ورود تازه‌واردان، حضور فعالان قدیمی کم‌رنگ‌تر شده و حتی بعضی از آنها به طور کامل از بازار حذف شده‌اند؛ در نتیجه، اگر خودروسازان می‌خواهند به این وضعیت دچار نشوند باید خود را با تحولات و فناوری‌های روز تطبیق دهند"