



– Связь и новые автомобильные технологии радикально изменяют привычный порядок использования личного транспорта.

– Забота об окружающей среде и социальная ответственность становятся важными факторами при выборе автомобиля.

– Исследование Allianz Risk Pulse о будущем личного транспорта.

Согласно новому исследованию Allianz Risk Pulse, эксперты сходятся во мнении о том, что новые технологии вносят радикальные изменения в автомобилестроение и улучшают безопасность на дорогах. Свобода потребителей ведет к новым бизнес-моделям в области мобильности. Личный транспорт теряет свою привлекательность из-за растущих цен, загруженности магистралей и значительно более низкого интереса к автомобилям по сравнению с предыдущим поколением.

«При покупке личного автомобиля все чаще учитывается экологический аспект и социальная ответственность», – говорит Клем Бут, член Правления Allianz SE.

Городское население делится машинами и все чаще предпочитает автомобилю велосипед или общественный транспорт. В городах набирают популярность покупки через Интернет и доставка товаров на дом. В Великобритании зарегистрировано снижение потребности в поездках по магазинам (согласно исследованию National Travel Survey в 2011 году), в то время как в Европе молодежь менее заинтересована в получении водительских прав (опрос IFMO, 2011).

Эксперты по мобильности Allianz – профессиональные страховщики личного и корпоративного транспорта, специалисты по урегулированию убытков, консультациям, маркетинг-менеджменту и другим видам бизнеса – соглашаются с ростом этих тенденций в

США и Европе, а также с тем, что они вскоре появятся в Азии, Африке и Латинской Америке. На данный момент в Азии и Южной Америке наблюдается бум продаж автомобилей, но и эти регионы через некоторое время столкнутся с экономическим и социальным давлением, говорят авторы Allianz Risk Pulse. Столица Индонезии Джакарта, для примера, – растущий город с населением в более чем 20 миллионов человек, – крупнейший город в регионе. Борьба с пробками на дорогах привела к мерам, запрещающим перевозить в автомобиле менее двух человек.

«В то время как в Азии наблюдается рост продаж автомобилей, а в Северной Америке стабильность, в Европе данный сегмент со времен финансового кризиса постоянно сокращается», – говорит главный эксперт по экономике Allianz SE Михаэль Хайзе.

Изменению привычного порядка использования личного транспорта в Европе и Северной Америке послужили рост цен на бензин, опустевшие кошельки, а также забота об окружающей среде и более свободный доступ к альтернативам.

Автомобильная промышленность, в том числе производители и страховщики, в настоящее время главным образом занимается применением технологических инноваций, которые сделают вождение проще и безопаснее. К этим разработкам относятся системы помощи водителю, телематика, «черные ящики» и обязательная в Европейском Союзе с 2015 года система электронного вызова e-call.

Авторы Allianz Risk Pulse считают, что часто самые простые решения, предложенные новыми технологиями, становятся наиболее целесообразными. «С помощью большего числа смартфонов стало намного проще делиться местом в личном транспорте. Мобильные устройства позволяют находить ближайшие машины со свободными местами».

Комментирует Дмитрий Соколов, начальник управления по работе с агентской сетью и прямыми продажами ОАО «СК «Альянс»: «Россияне, к сожалению, мало заботятся об окружающей среде, и вопрос цены бензина беспокоит далеко не всех. В стране падают продажи дешевых маломощных транспортных средств и растут продажи более мощных дорогих автомобилей. Но мы в СК «Альянс» поддерживаем защиту окружающей среды и предоставляем дополнительные скидки владельцам экологических автомобилей. Например, электрокаров. Также мы активно развиваем проекты по телематике».

Источник: [Википедия страхования](#) , 23.05.13