

19,95
грн.*

№26 8-декабря 2017

www.avtomir.ua

АВТО МИР

ТЕСТ

Безумный мир тюнинга на выставке SEMA Show 2017

ЗАПАС ПРОЧНОСТИ

Mercedes-Benz A-класс
Брать или не брать?

ТЕСТ-ДРАЙВ

Hyundai i30
Удивительное рядом

ШИНЫ

Nokian Hakkapeliitta 9
Кто в зимнем доме хозяин?

Бурда-Украина

ISSN 1681-3154



26

* Рекомендуемая цена



ПЕРВЫЙ ТЕСТ

Porsche Panamera Sport Turismo

ПРОТИВ ПРАВИЛ



Toyota RAV4 выясняет отношения с Honda CR-V

БИТВА

Четыре морских курорта: куда лучше поехать всей семьей?


**АВТО
МИР**

26/2017

Кто кого – автомобиль или гаджет?

■ Автомобили и тесты

Audi A7.....	6
Opel Crossland X.....	12
Hyundai i30.....	14
Ford Fiesta.....	16
Honda CR-V – Toyota RAV4.....	18
Porsche Panamera Sport Turismo.....	22
Volkswagen Caddy.....	26
Mercedes-Benz A-класс.....	28

■ Новости и репортажи

Новости.....	4
--------------	---

Выставка

SEMA Show 2017.....	8
---------------------	---

Шины

Nokian Hakkapeliitta 9: кто в доме хозяин?.....	34
--	----

Путешествие

Четыре морских курорта: куда лучше поехать всей семьей?.....	36
---	----

■ Эксперты советуют

Актуальная тема

Нужен ли вам полный привод?.....	32
----------------------------------	----

Мнение эксперта

То едет, то не едет.....	40
Читайте в следующих номерах.....	42

Перед автомобильной индустрией, если она хочет не только выжить, но и сохранить нынешние масштабы, стоит непростая задача – найти способ заинтересовать молодежь. Убедить ее, что автомобиль все еще может дарить ту воделенную свободу, к которой стремится каждый представитель так называемого поколения Z, что автомобиль – это не только средство передвижения, но и объект, способный подарить такой же объем развлечений и удовольствий, как вездесущие мобильные гаджеты.

На первый взгляд это может показаться глупым, но вопрос, кто кого – автомобиль или гаджет, вовсе не праздный. Если верить исследованиям и опросам, которые в последние годы проводились и в Европе, и в США, современная молодежь в «Списке желаний» ставит автомобиль не на первое, как было многие десятилетия, а лишь на четвертое место. Позади гаджетов, одежды и путешествий. Статистика подтверждает – продажи автомобилей людям в возрасте от 18 до 34 лет в США сократились до 11% от общего числа реализованных машин, хотя еще год назад этот показатель составлял 17%. Число американцев в возрасте от 20 до 24 лет, имеющих водительские права, в 2010 году сократилось до 81%, тогда как в 1983 году их имели 92% представителей той же возрастной группы.

Понятно, что Украина – не Америка, но тенденция ясна.

Само собой, видят ее и маркетологи автомобильных компаний. Некоторые производители уже принялись обучать своих менеджеров особым методам работы именно с молодыми покупателями. Но более действенным, на мой взгляд, должен стать метод внедрения в автомобили все новых и новых девайсов. Причем не с отставанием от производителей гаджетов, а с опережением. Сначала какая-то «фишка» должна появляться в машине, а уже потом – в смартфонах, планшетах и т.д. Молодежь жаждет пробовать что-то новенькое, яркое, интерактивное. На управляемость и прочие драйверские особенности автомобиля многим уже наплевать.

Староверы могут сколько угодно ворчать, что сенсорные экраны вместо аналоговых кнопок неудобны и сложны, но это именно то, чего хотят те, кто будет покупать машины через 10–20–30 лет. Когда-то так же ворчали на автоматические КПП, на электроприводы, датчики дождя и света, круиз-контроль, бесключевой доступ. А теперь без всего этого автомобиль просто немислим.

В общем, в ближайшем будущем нас с вами ждут весьма креативные решения. Управление парковкой со смартфона, брелоки с дисплеями, камеры, фиксирующие детали вашего путешествия и сразу управляющие фотографией в соцсети, – все это уже реализовано. И это только начало!

Артем Киселев,
главный редактор