ЕВГЕНИЙ ЧЕРЕШНЕВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ГЕОИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ»

ЛИЧНОЕ И ОБЩЕСТВЕННОЕ

2011-й можно смело назвать годом перехода от глобального к частному: пользователи перестают искать контент и ждут, пока он сам найдет их, а провайдерам медиа и услуг, работающим на интернет-рынке, больше не интересна безымянная масса пользователей — они хотят знать каждого «в лицо», со всеми привычками, предпочтениями и даже родинками на интимных местах.

Сами пользователи с готовностью и охотой жертвуют этой информацией и неприкосновенностью частной жизни во благо развития таргетированных геоинформационных сервисов. Всего лет пять назад сама идея аутентификации под реальным именем и фамилией с предоставлением фотографии, мобильного телефона и текущих географических координат вызывала в сети всплески гнева, подкрепленного сотнями, тысячами озлобленных комментариев. А сегодня, словно по волшебству, каждый пользователь Facebook охотно делится этой информацией добровольно. В итоге все больше приложений для смартфонов, коммуникаторов и планшетов постоянно и в реальном времени контролируют местоположение своего владельца и отсылают координаты разработчикам всевозможных приложений.

За свою покорность пользователь получает регулярно обновляемую и актуальную информацию о пробках, ближайших ресторанах, магазинах и других потенциально интересных местах, таргетированную и персонализированную рекламу, пользовательские рейтинги и комментарии соседей, отфильтрованные по геолокационному признаку результаты выдачи поисковых систем и т. д. Это слишком вкусный пряник, чтобы думать о кнуте.

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (Business Guide-Геоинформационные системы)

Демьян Кудрявцев — генеральный директор
Азер Мурсалиев — шеф-редактор
Анатолий Гусев — арт-директор
Эдди Опп — директор фотослужбы
Валерия Любимова — директор по рекламе.
Рекламная служба:
Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353
Алексей Харнас — руководитель службы «Издательский синдикат»
Евгений Черешнев — выпускающий редактор
Наталия Дашковская — редактор
Сергей Цомык — главный художник
Виктор Куликов — фоторедактор
Екатерина Бородулина — корректор
Адрес редакции: 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4.
Тел. (499) 943-9724/9774/9198

Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом».
Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2.
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010

Типография: «Сканвеб Аб».
Адрес: Корьаланкату 27, Коувола, Финляндия
Тираж: 75000. Цена свободная

Рисунок на обложке: Мария Румянцева

ГЛОНАСС УЧИТСЯ ЛЕТАТЬ

ОСНОВНЫЕ ОПАСЕНИЯ РАЗРАБОТЧИКОВ ГЛОНАСС В СВОЕ ВРЕМЯ БЫЛИ СВЯЗАНЫ С ВОПРОСАМИ ИНТЕГРАЦИИ И ПОСЛЕДУЮЩЕЙ МОНЕТИЗАЦИИ. В РОССИИ НЕ БЫЛО НИ НЕОБХОДИМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА МИКРОЧИПОВ НУЖНОГО РАЗМЕРА И ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЯ, НИ ДОСТАТОЧНО РАЗВИТОГО РЫНКА СБЫТА ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ГЛОНАСС БЫЛ ИНТЕРЕСЕН МИРОВЫМ РАЗРАБОТЧИКАМ ГЕООРИЕНТИРОВАННЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ И СЕРВИСОВ. В МАЕ СИТУАЦИЯ НАКОНЕЦ РАЗРЕШИЛАСЬ. С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РАЗРАБОТЧИКОВ, РАЗНИЦА МЕЖДУ GPS И ГЛОНАСС ИСЧЕЗЛА. АРТЕМ ЕГОРОВ

Выход MTC 945 стал переломным моментом. «MTC 945 (ZTE 945) стал первым устройством, поддерживающим обе технологии — и GPS, и ГЛОНАСС. Теперь в руках разработчиков все необходимые инструменты для того, чтобы повысить качество сервисов, предоставляемых пользователям, ведь позиционирование объекта в пространстве определяется не 32 спутниками (GPS), а 55. Этим бонусом можно активно пользоваться при разработке приложений всех категорий»,— говорит Михаил Крылов, заместитель главы московского филиала Qualcomm Europe inc.

Остается вопрос, различается ли программирование приложений для ГЛОНАСС и для GPS; насколько сильно придется потрудиться разработчикам сервисов для того, чтобы создаваемое приложение использовало функционал обеих технологий? Еще пару лет назад ответ был бы простым: да, различается, да, придется, и вообще, есть ли смысл создавать приложения без рынка сбыта? Сегодня все иначе: благодаря совмещению обеих технологий в рамках единого чипа жизнь игроков рынка софтверного бизнеса существенно упрощается. «Разработчики прикладных систем работают с API (программными интерфейсами), на уровне которых ГЛОНАСС и GPS совершенно неразличимы. Операционные системы одинаково хорошо поддерживают устройства, которые работают на основе стандартов как GPS, так и ГЛОНАСС. Поэтому для разработчиков прикладных систем нет разницы, каким образом идентифицируется местоположение объекта»,— объясняет Владимир Габриэль, руководитель экспертной группы Microsoft в России.

ЛОКОМОТИВЫ ГЕОЛОКАЦИИ Если вы пользуетесь iPhone или iPad, то наверняка уже столкнулись с таким сервисом, как Instagram — ничего сложного, казалось бы: пользователям предлагается вести свой фотоблог, посты в котором привязаны к географическим координатам. Мелочь, пустяк? А вот и нет! Данный сервис многим владельцам смартфонов уже заменил Twitter и FlickR — миллионы пользователей постят изображения своей повседневной жизни с поистине муравьиным усердием. А потом с еще большей страстью бегают по чужим профайлам, рейтингуя фотографии и оставляя короткие комментарии. Скорость прироста базы колоссальная: в конце прошлого года сервисом пользовалось несколько сот тысяч человек. В середине мая их уже было больше 2 млн. Потенциал совершенно очевидный — даже Facebook в свое время рос медленнее.

Или вот FourSquare.com — гениальный маркетинговый инструмент ближайшего будущего: каждый пользователь системы постоянно сообщает своему списку друзей свое местоположение по принципу «я дома», «я в таком-то ресторане», «я в бизнес-центре таком-то» и т. д. Казалось бы, чистой воды идиотизм. Но прибавьте к описанному принципу систему бонусов и поощрений за проявленную активность, возможность стать виртуальным мэром определенного ресторана или заведения, а главное — возможность получить постоянную скидку на товары и услуги за свою лояльность и получите красочную картину мира будущего: человек виден и доступен, он на поверхности и готов постоянно светиться взамен на определенное вознаграждение. А количество желающих эти бонусы предоставить растет в геометрической прогрессии: каждый бизнес заинтересован в привлечении новых клиентов столь действенными способами. К слову, Москва давно поделена между жителями Foursquare — у Кремля, МИДа, ресторана «Старбакс», ТЦ «Мега» и даже офиса «Коммерсанта» есть свои «владельцы» — мэры, то есть активные пользователи, регулярно бывающие в этих местах, сообщающие об этом во всеуслышание и абсолютно готовые к потреблению бонусных и информационных программ — просто в России они пока не так распространены, как в США (в Нью-Йорке при желании можно вообще не платить за еду и кофе, если быть мэром нескольких кафе и ресторанов, в России сервис освоили только две сети кофеен. Остальные теряют драгоценное время). Причем Instagram и Foursquare лишь частные примеры очень удачно реализованных и востребованных сервисов — общее количество приложений с геолокационным функционалом растет быстрее грибов после дождя: их время пришло. И у ГЛОНАСС есть все шансы быстро попасть в струю. ■

ИТАР-ТАСС

СИМБИОЗ GPS И ГЛОНАСС В РАМКАХ ЕДИНОГО МИКРОЧИПА ПОЗВОЛИТ ОПРЕДЕЛЯТЬ МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ ОБЪЕКТА ПРИ ПОМОЩИ 55 СПУТНИКОВ ВМЕСТО 32 (GPS)