

ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ

Инструменты навигации по-прежнему остаются ключевым драйвером роста рынка телекоммуникационных сервисов Machine-To-Machine (M2M).

По словам экспертов, со временем на рынке будет появляться все больше узкоотраслевых решений, а также услуг, предназначенных для массового пользователя.

Транспорт становится умнее

—инновации—

Рынок растет

Растущее количество M2M-подключений — это общемировой тренд. Так, по оценке компании GSMA, количество M2M-соединений в мире к концу 2014 года достигнет 250 млн (в 2013 — 195 млн подключений). При этом доля M2M в мировой абонентской базе выросла в 2013 году до 3% против 1% годом ранее.

По данным исследований компании MTC, объем российского рынка M2M-услуг по итогам 2013 года вырос на 40% и составил порядка 4,8 млн SIM-карт. По прогнозам компании, к 2017 году объем российского рынка достигнет 18,5 млн SIM-карт, в то время как общемировой рынок телематических сервисов к 2017 году будет включать 400 млн устройств.

На юге России сервисы M2M наиболее активно развивает «большая тройка» операторов — «МегаФон», МТС, «ВымпелКом». Участники рынка говорят о высоком спросе на такие услуги со стороны клиентов. «Ежегодно количество телематических сервисов, используемых корпоративными клиентами МТС на Юге, увеличивается в два-три раза. Так, только с начала 2014 года рост в данном сегменте составил 50%», — отметил Сергей Ласкавский, директор компании МТС на Юге России. По словам директора по корпоративным продажам Ростовского-на-Дону филиала ОАО «ВымпелКом» Александра Васильева, рынок M2M растет значительно быстрее других услуг. «В южном регионе достаточно большая концентрация промышленных и торговых предприятий. Торговый порт, развитый сельскохозяйственный сектор способствуют развитию потребления телематических услуг. К примеру, в 2013 году выручка от SIM M2M в компании выросла на 83% по сравнению с 2012 годом. Количество же самих SIM выросло в этот период на 85%», — рассказал Александр Васильев. До конца 2014 года компания планирует сохранить темпы роста и объемы выручки, аналогичные 2013 году. «Наш регион традиционно занимает второе место среди филиалов ОАО «ВымпелКом» по доходу от M2M-решений после Москвы», — отме-



По оценкам экспертов, навигационными сервисами в настоящее время оснащено только 3–6% корпоративного автотранспорта

тил Александр Васильев. — Мы рассчитываем увидеть по итогам 2014 года рост по данному направлению до 40% по сравнению с прошлым годом».

Сферы применения

M2M-сервисы в настоящее время активно используются в навигации, платежных терминалах, сфере ЖКХ, охранных и банковских услугах, энергетике, нефтехимии и промышленном производстве. По данным исследований компании МТС, лидирующей отраслью применения M2M в России в 2013 году стал мониторинг транспорта (более 1 млн SIM-карт). Доля SIM-карт, задействованных в транспортной сфере, в общем объеме M2M SIM-карт выросла на один процентный пункт по сравнению с итогами 2012 года и составила 41%. При этом общее количество транспортных M2M-SIM выросло в два раза, до 1 млн карт с 520 тыс. в 2012 году.

Такая же тенденция прослеживается и на Юге. Среди потребителей M2M-услуг «МегаФон» наибольшей популярностью пользуются услуги, которые обеспечивают качественный удаленный мониторинг и контроль транспорта и подвижных объектов, отмечает директор Ростовского отделения Кавказского филиала

ОАО «МегаФон» Алексей Барков. «Наиболее востребованными готовыми решениями в сфере M2M остаются навигационные сервисы — спрос на них составляет порядка 35–40% от общего числа телематических сервисов, используемых клиентами МТС», — комментирует Сергей Ласкавский. — Так, сегодня с помощью сервисов МТС осуществляется мониторинг более 5 тыс. транспортных объектов Ростовской области, свыше 4 тыс. единиц пассажирского и грузового транспорта Сочи, около 3 тыс. SIM-карт обеспечивают работоспособность транспортной системы Краснодар».

В минувшем году одним из крупнейших проектов по внедрению сервисов M2M «МегаФон» стал проект по удаленному контролю работы сельскохозяйственной техники во время уборочных и посевных работ в 25 районах Воронежской области. В проекте автоматизированного мониторинга задействованы более 4 тыс. SIM-карт «МегаФон», они установлены в специальных трекерах автомашин и передают в диспетчерский пункт информацию о местоположении, техническом состоянии и расходе топлива комбайнов, тракторов и грузовых автомобилей.

Как отмечает Александр Васильев, востребованность сервисов M2M в сфере транспорта определяется несколькими факторами, главный из которых — экономический. Телематические сервисы помогают логистическим

и транспортным компаниям оптимизировать расходы, увеличить эффективность работы и извлекать максимальную выгоду (контроль топлива, простой и т. д.). Внедрение новых технологий, которые позволяют клиенту понимать процесс телематических сервисов и управлять SIM-картами самостоятельно, облегчает процесс взаимодействия между оператором и клиентом. С помощью личного кабинета можно подключать и отключать дополнительные услуги, менять тарифный план, заблокировать SIM, если это необходимо.

По словам Сергея Ласкавского, в среднем экономическая эффективность от внедрения навигационных сервисов в транспортных компаниях достигает 30% за счет сокращения топливных и амортизационных издержек, оптимизации человеческих ресурсов при выполнении задач по сбору и учету данных. Кроме того, навигационные сервисы, которые используются при перевозке пассажиров и грузоперевозках, не только помогают оптимизировать затраты, но и обеспечивают безопасность пассажиров, а также гарантируют сохранность перевозимого груза.

Новые возможности

По разным оценкам, навигационными сервисами в настоящее время оснащено только 3–6% корпоративного автотранспорта. «Учитывая высокую экономическую эффективность от внедрения подобных сервисов, мы прогнозируем дальнейший рост популярности услуг по мониторингу автотранспорта среди корпоративных клиентов компании», — уверен Сергей Ласкавский.

Помимо роста количества компаний, заинтересованных в использовании подобных высокотехнологичных решений в своей работе, операторы говорят и о развитии самих услуг по обеспечению навигации. Участники рынка разрабатывают все новые предложения для клиентов. Так, ОАО «ВымпелКом» проводит работу по модернизации системы мониторинга. «Это будет некий гибрид из различных сервисов. Данные GPRS и данные от базовых станций (услуга „Поиск“) будут дополнять друг друга, что позволит более точно определить местоположение не только ав-

томобиля, но и носимых трекеров», — объяснил Александр Васильев.

По мнению Сергея Ласкавского, со временем на рынке будет появляться больше узкоотраслевых решений, помогающих решать специфические задачи компаний отдельных сфер деятельности. Например, в компании уже сейчас существуют такие отраслевые решения, как «МТС-такси» или мониторинг инкассации, которые включают в себя дополнительно координацию службы диспетчеров или возможность повысить уровень безопасности перевозки ценностей. В будущем M2M-решения также будут совершенствоваться, подстраиваясь под потребности бизнеса, уверен Сергей Ласкавский.

В числе перспективных тенденций сферы M2M, по мнению Алексея Баркова, — постепенное проникновение сервисов M2M на массовый рынок. «В ближайшее время этот сегмент будет активно развиваться, хотя до недавнего времени многие ставили под сомнение такой ход событий. Ведь основным драйвером роста сервисов M2M до сих пор являются крупные компании и госкорпорации. Сегодня же тенденция такова, что возросла готовность к сотрудничеству между операторами, сервис-провайдерами и поставщиками инфраструктуры. Как результат — снижение стоимости конкретной услуги, оборудования, повышение удобства сервиса, что открывает M2M-решениям дорогу на массовый рынок», — уверен Алексей Барков. Так, уже сейчас в салонах «МегаФон» предлагаются 3G-видеокамеры наблюдения, которыми можно удаленно управлять со своего смартфона, а также SMS-розетки, с помощью которых через SMS можно удаленно контролировать питание бытовых приборов и даже промышленных аппаратов, по необходимости включая или отключая их.

Если говорить о сфере транспорта, то сейчас многие телекоммуникационные и IT-компании совместно с автопроизводителями ведут разработку новых M2M-сервисов для владельцев личных автомобилей, и уже в ближайшее время можно ожидать роста предложения таких сервисов на массовом рынке.

Наталья Гордеева

Бандероль в смартфоне

—технологии—

Логистические компании запускают мобильные приложения, чтобы следить за передвижениями курьеров и разгрузить телефонную связь. Еще пару лет назад казалось, что хорошо сделанный сайт — это все, что нужно компании и ее клиентам. Теперь потребители услуг хотят узнавать о статусе своего заказа и времени доставки, не сидя за монитором, а стоя в пробке по дороге на работу.

Удобство конечного клиента и его лояльность — одна из самых распространенных причин, по которой многие компании, занятые доставкой посылок, задумались о разработке собственных мобильных приложений. На втором месте — оптимизация рабочих процессов с помощью мобильных приложений для сотрудников компании.

Менеджер по разработке продуктов компании «Аркан» Николай Чеглов: «Сегмент мобильных приложений для корпоративных клиентов развивается весьма бурно. Руководители компаний хотят иметь постоянный доступ к данным и возможности управлять бизнесом, сидя на заднем сиденье своего автомобиля, в ресторане или на Мальдивах».

Алексей Смуров из DPD признает, что мобильное приложение — это часть имиджа современной компании. Уже в этом году компания планирует разработать мобильное приложение для операционных систем iOS и Android. «Сейчас у нас активно работает мобильная версия сайта, аудитория быстро растет. Если два года назад мобильная аудитория была меньше 1% по отношению к посетителям сайта, то сейчас — 1–3%, то есть аудитория мобильной версии выросла за два года на 300%», — рассказал господин Смуров.

Потенциальной аудиторией онлайн-сервисов DPD являются клиенты B2B, в том числе аудитория E-commerce, а также конечные получатели посылок. Алексей Смуров считает, что прежде всего данный сервис будет интересен получателям посылок и аудитории E-commerce, а для B2B-клиентов мобильная версия будет не так важна: «В основном B2B-клиенты могут использовать мобильное приложение, чтобы рассчитывать стои-

мость доставки и отслеживать текущие отправления».

Не для имиджа, а для оптимизации рабочих процессов предназначены мобильные приложения в компании «СПСР-Экспресс». Заместитель генерального директора по инновациям и технологиям «СПСР-Экспресс» Дмитрий Кереже: «Одним из главных трендов компании в минувшем году стала глобальная автоматизация процессов и внедрение современных информационных технологий. Работа в этом направлении позволила увеличить производительность труда в «СПСР-Экспресс» более чем на 16% и создала основу для дальнейшего совершенствования процессов компании», — говорит господин Кереже.

«Все курьеры „СПСР-Экспресс“ были оснащены мобильными терминалами, которые позволили не только частично автоматизировать работу сотрудников, но и анализировать ее эффективность с помощью информации, поступающей с приложения в офис. Также в компании была внедрена система интеллектуального планирования грузопотока, которая позволяет эффективно управлять перевозками по всей территории России», — добавил Дмитрий Кереже.

Еще одно приложение, которое успешно использует «СПСР-Экспресс», позволяет в графическом режиме разрабатывать оптимальные маршруты для курьеров. Третье приложение предназначено для складов. Оно позволяет считывать информацию с посылок, что делает их незаменимыми при инвентаризации. Кроме того, приложение позволяет оперативно вносить информацию о статусе заказа в базу, а работникам склада — быстрее ориентироваться, куда и кому должна быть направлена посылка.

«Мы пришли к выводу, что приложения необходимы в работе, когда поняли, что нам необходимо более оперативное управление затратами и качеством услуг. Свои приложения мы постоянно дорабатываем», — рассказал господин Кереже. Все приложения «СПСР-Экспресс» сделаны на Android, но в ближайшее время компания начнет разрабатывать универсальные приложения, независимые от платформы, которые подойдут и для iPhone, и для Nokia. Версию приложения для клиентов компания планирует выпустить уже летом.

Мобильные приложения позволяют вести оперативный мониторинг, получать данные о доставке грузов, передвижении водителей и курьеров, а также удобны для обратной связи с теми же водителями, которые могут оперативно получить информацию о запрошенном маршруте, новом заказе. Иногда целевая аудитория мобильного приложения меняется и расширяется по мере его использования. Например, компания Schneider Electric, для которой логистика — одно из приоритетных направлений работы, запустила мобильное приложение к системе электронной коммерции «Мой Schneider Electric». Главная задача состояла в том, чтобы предоставить партнерам возможность напрямую размещать заказы на оборудовании Schneider Electric и круглосуточно отслеживать информацию по состоянию своих заказов, датам отгрузки, наличию оборудования на складе.

«Система изначально была предназначена в основном для сотрудников отдела закупок наших партнеров, то есть людей, работающих на стационарном рабочем месте. Но возникла идея, что нашей системой могли бы пользоваться в режиме онлайн и те сотрудники, которые ездят к своим конечным клиентам. На наш взгляд, это удобно, так как позволяет быть мобильными и вне зависимости от местонахождения получать в любой момент информацию о статусе своего заказа, а также оперативно отвечать на вопросы, возникающие у конечных заказчиков», — рассказывает вице-президент и руководитель подразделения по работе с клиентами и коммерческими операциями Schneider Electric в России и СНГ Ирина Зубова.

За восемь месяцев работы мобильное приложение Schneider Electric не дало серьезного притока клиентов, но госпожа Зубова уверена, что ситуация будет меняться по мере того, как партнеры компании познакомятся с удобством новой системы. Schneider Electric будет развивать мобильный сервис, учитывая интерес не только своих партнеров, но и конечного потребителя. Следующим шагом станет создание приложения для конечных потребителей, делится планами Ирина Зубова. Клиенты получают возможность выбрать на своем смартфоне нужную розетку, заказать ее и тут же найти ближайший магазин, где ее можно приобрести.

Ольга Цыбульская



2014

Газета «Коммерсантъ» по специальной цене от пяти экземпляров.

Оформление доставки - по телефонам: (863) 308-15-04 (01) в Ростове-на-Дону 8-909-45-58-580 в Краснодаре

Удобные условия доставки газеты «Коммерсантъ», включая цветные тематические приложения формата D2 и A3: «Нефть и газ», «Автопилот», «Логистика», «Финансы» и другие.

