

СЛЕЖКА ВЫХОДИТ В МАССЫ

РЫНОК ОПРЕДЕЛЕНИЯ МЕСТОНАХОЖДЕНИЯ (LBS, LOCATION BASED SERVICES) ТОЛЬКО ЗАРОЖДАЕТСЯ В РОССИИ. СЕЙЧАС УСЛУГИ LBS ИСПОЛЬЗУЮТСЯ В ОСНОВНОМ В УЗКОСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОТРАСЛЯХ, НО УЧАСТНИКИ РЫНКА РАССЧИТЫВАЮТ СДЕЛАТЬ ТАКИЕ СЕРВИСЫ МАССОВЫМИ. ПРИЧЕМ ЗАРАБАТЫВАТЬ ОПЕРАТОРЫ ТАКИХ СЕРВИСОВ БУДУТ НЕ ТОЛЬКО НА АБОНЕНТСКОЙ ПЛАТЕ, НО И НА РЕКЛАМЕ.

ТАТЬЯНА КОСТЫЛЕВА

По прогнозам аналитической компании Berg Insight, в следующем году европейский рынок LBS достигнет объема в €2 млрд. Число пользователей этих услуг составит по итогам этого года 43,2 млн против 16 млн в 2007 году, сообщает компания Gartner. Сейчас, по данным ABI Research, 81% всех клиентов подобных сервисов в мире составляют жители Северной Америки, но к 2013 году их доля снизится до 32%. Кроме того, уже через три года половина мобильных аппаратов в развитых странах будут иметь модуль глобального позиционирования (GPS, Galileo или ГЛОНАСС), что поспособствует выходу рынка LBS на совершенно иной уровень.

СОТОВЫЙ КОМПАС Сейчас услуги LBS можно получать с помощью двух типов устройств — сотовых телефонов и GPS-навигаторов. В этом году в России прошла рекламная кампания, продвигающая LBS-услуги операторов сотовой связи («Навигатор» от «МегаФон», «МТС-поиск», «Мобильный локатор» от «Билайн»). Впрочем, эта услуга не прижилась среди российских потребителей из-за большой погрешности определения координат, не самого удобного интерфейса, а также ограничений на слежку за абонентами. Получать данные о местонахождении абонента можно только с его согласия, причем он в любой момент может отписаться от услуги. Поэтому основными потребителями этой услуги стали родители, желающие быть в курсе местонахождения их чада. Правда, и здесь не все так просто: в ответ на запрос можно получить весьма туманное сообщение: «<Имя абонента> в 1896 метрах от станции метро „Театральная“».

Более полезной LBS-услугой на мобильных телефонах является сервис по предоставлению информации о ближайших заведениях (ресторанах, аптеках, бассейнах и др.). При этом запрос направляется прямо из меню телефона, и после того как оператор определил местонахождение абонента, на его номер приходит SMS со списком запрашиваемых адресов. На запрос об аптеках автору этих строк были выданы адреса аптек, находящихся как минимум в километре от дома. В этом заключается основная причина невостребованности LBS-услуг, предоставляемых операторами сотовой связи: высокая погрешность резко снижает полезность услуги. Главным и едва ли не единственным плюсом для пользователей остается низкая стоимость: она не требует специального оборудования (достаточно любого сотового телефона), абонентская плата либо отсутствует, либо составляет 30 руб. в месяц, а запрос стоит считанные рубли.

Высокая погрешность объясняется тем, что определение координат абонента в сотовых сетях производится по базовым станциям, в которых на данный момент зарегистрирован телефонный аппарат. Величина погрешности, таким образом, зависит от плотности установленных вышек. Так, внутри Садового кольца Москвы она может составлять 200–500 м, от Садового до МКАД — примерно 1–3 км, а в Подмоскowie уже несколько километров.

Высокая погрешность в сотовом LBS является основной причиной низкой популярности услуги. Однако прогнозы роста этого сегмента не оправдались не только у нас, но и

в Европе. Как ожидается, с приходом сетей третьего поколения 3G погрешность определения координат с помощью сетей GSM уменьшится до 50 м, и, возможно, тогда операторы мобильной связи более уверенно почувствуют себя на рынке LBS.

КЛАССИЧЕСКИЙ LBS Иначе обстоят дела на рынке услуг, основанных на определении координат при помощи глобальной навигационной системы GPS. Там погрешность составляет порядка 18–30 м, причем GPS позволяет устанавливать не только координаты, но и скорость объекта, маршрут перемещения и прочие детали. При определении местонахождения с помощью GPS результат не зависит от того, как плотно установлены вышки сотового оператора. Разумеется, если говорить об удаленном мониторинге, сеть GSM нужна для передачи информации в диспетчерский центр посредством SMS или GPRS, но на точность определения координат это никак не влияет.

Легальный рынок GPS (оборудование, карты и пр.) появился в России лишь в 2007 году, когда Минобороны сняло запрет на определение координат с точностью 30 м. Вкупе со снижением цен на GPS-оборудование это дало толчок развитию рынка LBS на основе GPS. Наиболее востребованные услуги — слежение за перемещением грузов, наблюдение за передвижением сотрудников (курьеров и мерчендайзеров), а также информирование о пробках и интересующих адресах.

Одной из наиболее востребованных среди корпоративных заказчиков остается услуга мониторинга транспорта. Комплексные системы позволяют не только следить на компьютере или мобильном устройстве за передвижением объекта, но и сообщать в службы спасения о нападении («тревожная кнопка»), контролировать несанкционированный слив топлива, проверять техническое состояние машины и даже отличать остановку по требованию ГАИ от незапланированной остановки. Помимо этого пользование данной услугой кардинальным образом влияет на поведение и дисциплину сотрудников, за которыми установлена «слежка».

Хотя стоимость услуг LBS постепенно снижается, позволить себе подобные нововведения могут пока немногие компании. Если требуется только слежение за транспортом или курьером, то можно использовать интернет-приложения без покупки ПО. Тогда стоимость внедрения сводится к покупке

LBS И ГЛОНАСС

На данном этапе говорить о ГЛОНАСС как о полноценной системе для использования на рынке LBS рано, так как проект все еще не доведен до логического завершения. Но если говорить о гибридных системах ГЛОНАСС—GPS, то ассоциация «ГЛОНАСС/ГНСС-форум» уже сейчас активно развивает проект оснащения персонального и корпоративного транспорта так называемыми черными ящиками на основе систем ГЛОНАСС—GPS, а в ближайшие два-три года ожидается принятие законодательных актов, которые будут регулировать оснащение транспорта этими устройствами. Также планируется интеграция услуги позиционирования на основе «черных ящиков» со службами экстренной помощи.

Кстати, в США федеральное правительство еще несколько лет назад потребовало, чтобы сотовые устройства передавали информацию о местонахождении их владельцев всякий раз, когда те набирают номер 911. Внимание к этому обусловлено тем, что звонки с сотовых телефонов в США составляют более 25% от всех обращений в службу спасения, при этом многие звонящие не знают своего точного местоположения.



ТЕЛЕФОННАЯ СЛЕЖКА СТАНЕТ ПОПУЛЯРНЕЕ С ПРИХОДОМ 3G

абонентских терминалов (цена каждого в среднем 15 тыс. руб. с GPS или около 25 тыс. с GPS/ГЛОНАСС) плюс абонентская плата за каждую единицу до 1 тыс. руб. в месяц. В случае если требуется управление транспортом и решение логистических задач, стоимость системы может достигать \$10 тыс., не считая абонентские терминалы. При покупке системы «под ключ» абонентская плата телематическому оператору отсутствует — оплачиваются только услуги сотового оператора. Также можно купить ПО примерно за \$600 плюс абонентские терминалы плюс ежемесячно платить абонентскую плату до 1 тыс. руб.

По данным аналитиков AC&M-Consulting, около 30% опрошенных представителей бизнес-сообщества заинтересованы в услугах такого рода. «Рынок управления и мониторинга корпоративного транспорта растет бурными темпами. Сегодня проникновение услуги на рынок составляет менее 5%, и, по разным оценкам, уже оснащено около 200 тыс. единиц корпоративного транспорта, включая муниципальный, — оценивает гендиректор «М2М телематика» Александр Гурко. — Рынок охранно-поисковых систем растет в сторону охвата клиентов со средними доходами и удваивается ежегодно. Потенциально такими системами может быть оснащено до миллиона машин. Развивается также и рынок персонального трекинга, но его объемы пока трудно оценить». Треккер представляет собой компактное устройство со встроенными модулями GPS и GSM, позволяющее мо-

ментально передать сигнал тревоги и свои координаты в диспетчерский пункт охранного предприятия. С его помощью также можно позвонить на мобильный или городской телефон (номера телефонов предварительно программируются, и вызов происходит нажатием одной из трех кнопок).

Для частных пользователей из всех LBS-услуг наибольший интерес представляет информирование о пробках, которые в реальном времени отображаются на экране GPS-устройства. В июле компания «Яндекс» завершила сделку по покупке ИА «СМИЛинк» — крупнейшего в стране игрока, занимающегося предоставлением информации о пробках на российских дорогах. Теперь «Яндекс» планирует доработать приложение, после чего данные о пробках смогут сообщать все пользователи программы в режиме реального времени. Пока сервис «Яндекса» абсолютно бесплатен.

Огромный потенциал рынка LBS оценили не только интернет-компании, но и производители «GPS-железа», которые выходят в этот сегмент, понимая, что без предоставления услуг GPS выжить на рынке будет крайне сложно. «На всех наших коммуникаторах с GSM в сентябре заработала система отслеживания и отображения пробок с возможностью прокладки альтернативных маршрутов, — говорит глава российского представительства Mio Technology Александр Трухачев. — С октября заработают другие LBS — скачивание дополнительных POI (точек интереса) из интернета вокруг заданной точки, резервирование отелей, заказ столиков в ресторанах, поиск дешевого бензина и т. д.»

Одной из наиболее перспективных на рынке LBS эксперты называют бизнес-модель, при которой оборудование и сервисы LBS предоставляются частным пользователям бесплатно или за символическую плату, а компания, предлагающая данную услугу, живет за счет рекламных поступлений от заведений, которые будут рекламироваться в навигаторе (гостиниц, туристических компаний, ресторанов и пр.). Благодаря такой бизнес-модели абонент сможет получить сообщение о распродажах или новом меню, проезжая мимо магазина или ресторана. Ожидается, что именно в этом направлении и будет развиваться сфера LBS-услуг в ближайшем будущем. ■