

Андрей Ионин:

«ГЛОНАСС сильнее на Севере, а GPS — в экваториальной зоне»

Пожалуй, нет в нашей стране человека, который бы ни разу не слышал о российской навигационной системе ГЛОНАСС. Навигаторы настолько быстро и гармонично вторглись в наш быт, что представить жизнь без них уже сложно. Нам удалось побеседовать с Андреем Геннадьевичем Иониным, заместителем директора службы стратегического планирования и аналитики НИС ГЛОНАСС.



— **Расскажите, чем занимается НИС ГЛОНАСС.**

— У нашей компании две ипостаси. Прежде всего мы — официальный сетевой оператор федерального масштаба. Такой статус компании присвоен правительством России в июле 2009 года. В этом направлении основная (государственная) задача — создание условий для развития и внедрения технологий ГЛОНАСС как у нас в стране, так и за рубежом. С другой стороны, ОАО «Навигационно-информационные системы» было создано в 2007 году, для выхода на рынок услуг спутниковой навигации. И с этих позиций мы — коммерческая организация, самостоятельная действующая на рынке. Здесь нет противоречия. НИС ГЛОНАСС, как федеральный оператор, не имеет рыночных предпочтений. В частности, компания не является регулятором рынка и не может им быть — никаких нормативных актов мы не издаем, хотя наши специалисты участвуют в разработке проектов таких документов. Но дальше все эти проекты проходят стандартные, установленные законом процедуры обсуждения, согласования и принятия. Еще раз подчеркну, что НИС ГЛОНАСС

никакими регулирующими функциями на навигационном рынке не обладает.

— **Что вы можете сказать по поводу заградительных пошлин, вводимых государствам, в которых усматривается прямая коммерческая выгода для компаний, подобных вашей?**

— Моя позиция здесь проста и, на мой взгляд, вполне рыночна: особые пошлины следует вводить только тогда, когда будут созданы оборудование и чипсеты на основе GPS/ГЛОНАСС (в России или в мире) и когда они станут конкурентоспособны по характеристикам и цене. Поэтому ни о каких заградительных пошлинах речи не идет. Это еще один миф. Кстати, наша компания от этих действий никакой коммерческой выгоды не получит: НИС ГЛОНАСС не работает на рынке навигационного оборудования.

— **Иными словами, вы считаете пошлины нормальными мерами по регулированию рынка?**

— Безусловно, это обычная мировая практика. Мы считаем, что раз российское государство смогло создать систему ГЛОНАСС (напомню, что только две страны в мире к настоящему времени смогли решить такую сложнейшую организационно-техническую задачу), затратив на это значительные и нелишние бюджетные средства, то оно вправе ставить и следующую цель: чтобы технологии ГЛОНАСС стали мировым стандартом. Для этого государство вправе, и более того — обязано принимать разумные меры по стимулированию развития и внедрения технологий ГЛОНАСС. Какими эти меры должны быть — отдельный большой разговор.

— **Можете ли вы назвать объективные преимущества ГЛОНАСС перед GPS? Этот вопрос волнует многих потребителей.**

— Системы глобального позиционирования были разработаны в 70-е годы, еще в СССР. Тогда математики определили, что для непрерывного охвата услугами системы всего земного шара нужно 24 спутника с орбитой на высоте 19 тыс. км. Такое решение было принято и для GPS, и для ГЛОНАСС (кстати, перспективные системы — европейский Galileo и китайский Compass будут построены иначе). Однако наклонение орбит у систем разное: у ГЛОНАСС около 65°, а у GPS — 55°. Поэтому ГЛОНАСС лучше работает в северных и южных широтах, а GPS — в экваториальной зоне. То есть для России и для таких северных стран, как Норвегия, Швеция и Финляндия, ГЛОНАСС предпочтительнее. Не случайно скандинавские страны на государственном уровне активно внедряют технологии ГЛОНАСС.

Однако здесь есть одно «но»... 24 спутника достаточно для военных, поскольку их сферы — чистое поле, море, воздух. А большая часть гражданских потребителей находится в городских условиях, где небо обычно перекрывается зданиями и всякими строительными конструкциями. Из-за этого навигационная услуга перестает быть непрерывной. Что это на практике означает, например, для автомобилиста — объяснять не надо.

Но выход есть, и он прост: надо «добавить» пользователю «бесплатных» спутников, объединив в его аппаратуре сигналы GPS и ГЛОНАСС. Больше (почти в два раза!) спутников — нет «разрывов», непрерывная услуга, выше точность.

Вообще следует учитывать, что пока услуги позиционирования недостаточно проникли в жизнь современного человека, в бизнес-процессы, в процессы управления. Поэтому сегодня еще можно мириться с тем, что позиционирование может быть не непрерывным. Но уже в ближайшие годы такое положение станет неприемлемым.

Кстати, для обычного, не массового потребителя навигационный сигнал бесплатен даже в тех случаях, когда на его основе выстраиваются платные сервисы. Это закреплено законодательными актами США и РФ.

— Если немного заглянуть в будущее, что будет происходить дальше?

— Думаю, вышеописанная логика приведет к тому, что двухсистемная технология GPS/ГЛОНАСС станет стандартом, эти две системы будут неразделимы для потребителя. Я бы сказал, что ГЛОНАСС не соперничает с GPS, а сотрудничает с ней, причем на альтруистической основе по отношению к массовому потребителю. Такой альтруизм, замечу, обходится недешево: США ежегодно в среднем тратят на развитие и поддержание GPS около \$1 млрд, а Россия за десять лет реализации федеральной целевой программы затратила на ГЛОНАСС более 100 млрд рублей.

— Как ГЛОНАСС развивает свои позиции за рубежом?

— Для присвоения ГЛОНАСС статуса международного стандарта недостаточно его развития только в России. Навигационные технологии тесно связаны с информационными технологиями, эти рынки априори глобальны. А на глобальных рынках «размер имеет значение»: внутренних рынков для поддержания конкурентоспособности недостаточно, нужны не десятки, а сотни миллионов пользователей. А в России все население — меньше 150 млн человек. Поэтому

мы вынуждены выходить на международный рынок. И мы знаем, что нас там никто не ждет. Так, громадный рынок Китая для нас закрыт, эта специфическая страна планирует к 2020 году создание своей собственной системы — Compass/BeiDou. И я не сомневаюсь, что у них это получится. Аналогичную систему создают европейцы, у них она называется Galileo. Что остается? Индия, Латинская Америка, Африка, Средний и Ближний Восток, Юго-Восточная Азия. И уже упомянутые северные широты. Думается, у российской системы есть шанс. На сегодняшний день главное — сохранить компетенцию дизайн-центров навигационного оборудования.

— Какие области применения ГЛОНАСС наиболее развиты в нашем государстве? Расширится ли сфера их использования?

— Говоря о внутреннем, российском рынке, остается посоветовать на медленное внедрение навигационных технологий в практику. А ведь для транспортных предприятий это незаменимый инструмент современного управления и внутреннего контроля. Например, сейчас ГЛОНАСС-устройствами оснащаются все патрульные машины московской полиции, и это дает свой положительный эффект, в частности, в росте раскрываемости преступлений по «горячим следам».

Остро стоит вопрос безопасности на транспорте. Государство и муниципальные власти должны обеспечивать безопасность участников дорожного движения, будь то водитель или пассажир. Для

этого муниципальный транспорт оснащается оборудованием ГЛОНАСС. Например, на мониторе диспетчера видно, откуда утром выехал автобус на маршрут — от дома или из гаража, что может свидетельствовать о прохождении или не прохождении медицинских тестов и технического осмотра автотранспортного средства. Можно следить, соблюдает ли водитель скоростной режим и т. д. Поэтому обязательную установку навигационно-связного оборудования на автотранспортные средства, осуществляющие пассажирские перевозки, можно и нужно считать правильной мерой.

В общем полезным и перспективным можно считать вмешательство государства посредством систем глобального позиционирования во все сферы жизнедеятельности человека, где возникают вопросы безопасности.

— Какие задачи ставит перед собой ОАО «Навигационно-информационные системы»?

— Повторюсь, что НИС ГЛОНАСС работает на открытом рынке, именно там наши коммерческие интересы. И наш статус не дает нам никаких преимущественных оснований. Мы точно так же проигрываем и выигрываем конкурсы, как и все другие участники рынка. Но у нас очень много проектов, мы быстро растем, и, по-видимому, за это нас и критикуют. Однако когда рынок расширится, места на нем хватит всем — работы непочатый край.

Интервью провел Андрей Виноградов