

«НАВИТОРИНГ» — информационно-деловая площадка профессионалов рынка ГЛОНАСС/GPS

Как развиваться? Что нужно рынку? Каково будущее спутниковой навигации в России? Именно эти вопросы объединили 115 ведущих специалистов систем мониторинга транспорта в июле 2012 г. в Санкт-Петербурге на конференции «НАВИТОРИНГ–2012». Организатором третьего по счету мероприятия стала группа компаний «СКАУТ».

Наталья Филимендикова
n.filimendikova@scout-gps.ru

Масштабная, хорошо организованная встреча отраслевиков собрала вдвое больше участников, чем в прошлом году. Это явно свидетельствует о выходе мероприятия на новый, более высокий уровень. «НАВИТОРИНГ–2012» с первых минут задал активный темп всем присутствующим. Плотная программа включала 18 докладов. Вовлеченность практически каждого участника форума в деловую часть сопровождалась каскадом вопросов после каждого выступления и острыми обсуждениями. Увлеченные, эмоциональные беседы с коллегами по цеху во время кофе-брейков — еще один неизменный атрибут этого слета. Многие участники «НАВИТОРИНГА» отметили, насколько помолодел управленческий ресурс производителей: некоторым топ-менеджерам еще нет и 30.



Владимир Макаренко, компания
«Форт-Телеком» (г. Пермь)

Открывая форум, председатель отраслевого сообщества «НАВИТОРИНГ» Юрий Висневский отметил, что мероприятие объединяет интересы прежде всего профессионалов рынка и носит подчеркнuto некоммерческий характер. ГЛОНАСС/GPS-отрасль — это, прежде всего, большая инфраструктура, обеспечивающая

поддержку всех аспектов ведения бизнеса игроков отрасли. Инфраструктурой является не только телематическая платформа, но и каналы продвижения, распространения, финансовой логистики, юридической поддержки игроков, входящих в сообщество.



Юрий Висневский, группа компаний
«СКАУТ» (г. Санкт-Петербург)

По мнению профессионального большинства, вертикально интегрированные компании с закрытыми решениями и протоколами постепенно сходят с СМТ-олимпа. При возникновении проблем у «своего» производителя интеграторы начинают смотреть «на сторону» и все чаще склоняются в пользу не какой-либо другой фирмы, а собственно интеграции на базе модулей/компонентов от разных производителей. При этом у интегратора руки развязаны: сегодня покупает одни трекары, завтра — другие. С ростом рынка ценовое давление глобальных игроков становится все более ощутимым.

Авторитетные производители ГЛОНАСС/GPS-оборудования считают, что для удовлетворения клиентов с различными задачами целесообразно либо выпускать широкий ряд трекаров с различной функциональностью,

смирившись с дополнительными расходами на производство и логистику, либо делать максимально функциональный трекер, неся неоправданные расходы на избыточную для большинства функциональность. Только ценовой разрыв по сравнению с открытым рынком в таком случае будет еще больше. Если есть желание производить трекеры дальше, то единственный вариант — уходить в ниши, то есть делать что-то для уникальных клиентов и расширять географию продаж.



Отраслевая конференция «НАВИТОРИНГ–2012»,
20 июля 2012 г., Санкт-Петербург

Что же касается программного обеспечения, участники отраслевого слета считают, что рынок создает примерно одинаковые коробочные решения с разными по виду интерфейсами. А поскольку все решения примерно одинаковые, то ключевым фактором успеха на рынке становится умение продавать. При этом основным продавцом является интегратор. Именно он стоит лицом к лицу с клиентом и проводит переговоры. Надо учитывать, что интегратор — это финансово независимая от производителя компания, цель которой — заработать себе деньги.

Особое внимание на «НАВИТОРИНГЕ–2012» было приковано к эволюции взаимоотношений между партнерами. Производители стали нынче «кузницей кадров» для рынка: они ищут себе партнеров, обучают их, зачастую финансово спонсируют, поддерживают рекламой. Основным удобством интеграторов при работе с выбранным производителем системы является получение всех компонентов системы из одних рук. Но это ограничивает его ассортимент. Вся проблема перехода для интегратора от производителя на «вольные хлеба» — привыкнуть к новому интерфейсу, преодолеть страх покупки компонентов систем в разных местах. При этом он выигрывает, так как приобретает возможность расширить набор предложений клиентам. И в будущем такой подход станет еще более популярным.

По мнению участников «НАВИТОРИНГА–2012», существует две основные выигрышные стратегии. Первая заключается в том, чтобы сосредоточиться на своей территории, дав своему рынку максимально широкий ассортимент, обеспечив себя хорошей прибылью. То есть минимум территории — максимум продуктов. Второй путь — создать уникальное предложение и уметь продать его на глобаль-



Константин Самцов, компания «ТехноКом»
(г. Челябинск)

ном рынке. Минимум продуктов — максимум территории.

После этого становится очевидным, что век вертикально интегрированных компаний в отрасли спутниковой навигации недолог. Ни один производитель не сможет удовлетворить весь рынок своими решениями. Следовательно, он будет неизбежно терять свою монобрендовую сбытовую сеть. С точки зрения рынка СМТ, оптимальный путь для производителя сейчас — найти свою изюминку и расширять свою территорию, становиться глобальным игроком. Встречный процесс будет идти со стороны интегратора, который, как типичный локальный игрок, станет максимизировать спектр предлагаемых решений на своей территории, расширяя список поставщиков.

Еще одна тенденция современного рынка, отмеченная участниками форума, — переориентация с GPS на ГЛОНАСС. Председатель отраслевого сообщества «НАВИТОРИНГ», коммерческий директор группы компаний «СКАУТ» Юрий Висневский считает данную ситуацию закономерной: «На сегодня часть производителей вообще отказалась от производства GPS-трекеров, и я уверен, что до конца года все отечественные производители, по крайней мере те, которые находятся в ТОП-10, откажутся от производства односистемных приемников. Поскольку европейские, китайские и американ-



Альберт Макиенок, компания «Корона»
(Башкортостан)

ские производители ГЛОНАСС/GPS-микросхем выпустили свою продукцию, которая соответствует по цене GPS и превосходит по качеству отечественные приемники, то нет никакого резона производить односистемные устройства. Гораздо дешевле объединять их в одном. По качеству приемники, выпущенные в 2012 г., превосходят те GPS, которые эти же компании производят».

На «НАВИТОРИНГЕ–2012» производители получили отличную возможность продемонстрировать GPS/ГЛОНАСС-сообществу свои продукты, а также новые сервисы и услуги. Так, руководитель компании «ТС Сенсор» (Москва) Сергей Ремизов представил инновационный проект дистанционного компьютерного моделирования дорожно-транспортного происшествия, существенно снижающий риски при ДТП. Выгоды отраслевого применения систем спутникового мониторинга продемонстрировали участникам Константин Самцов из «ТехноКом» (г. Челябинск) и Максим Горбатюк из «РКС» (г. Киев). О тонкостях конкурентной борьбы между интеграторами в регионах рассказал руководитель компании «Корона» (Башкортостан) Альберт Макиенок. Секреты выгодного взаимодействия производителей «софта» и «железа» раскрыл Андрей Кучеров из фирмы «Антор» (Москва).



Александр Кувшинов, компания Gurtam
(Республика Беларусь)

Участники отраслевого слета отметили растущие перспективы развития отечественных навигационных систем на международном рынке. Данный факт подтвердил представитель компании Telit (Италия). Региональный директор по продажам одного из мировых лидеров по производству беспроводных устройств Александр Пронин специально прилетел в Санкт-Петербург ради встречи с российскими разработчиками систем спутниковой навигации на «НАВИТОРИНГЕ–2012».

Судя по нарастающему интересу российского ГЛОНАСС/GPS-сообщества к интенсивному отраслевому взаимодействию, у «НАВИТОРИНГА–2013», который в будущем году пройдет в Москве, есть потенциал стать одним из самых заметных событий в среде российских производителей систем навигации и мониторинга транспорта, а впоследствии вырасти в крупный международный форум.