АЛЕКСЕЙ ХАРНАС,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE «ИННОВАЦИИ»

ЧУЖИЕ ИМЕНА

Доверие к отечественным инновационным разработкам — тема, достойная не одного материала в тематических страницах, а серьезного исследования, которое, не сомневаюсь, рано или поздно будет проведено. Годами воспитываемое недоверие и пренебрежительное отношение к советским (или российским — уже не важно) автомобилям, утюгам, стиральным машинам, лекарствам и колбасе сделали свое дело. Чтобы добиться признания на изобретательской ниве, надо вместе с изобретением уехать в Германию, открыть свою компанию, зарегистрировать продукт и импортировать в Россию, написав название на коробке латиницей. Тогда, возможно, купят. Иначе рыночные шансы резко снижаются.

Напихав в «Жигули» кондиционер, импортный аккумулятор, генератор, стартер и вообще все электрооборудование, продавать их нужно под именем Lada даже в Рязани. Иначе не будет к новым комплектующим доверия — просто на уровне шестого чувства.

Не спасает даже глобализация: ценители искренне верят в то, что видеоплеер, собранный в Японии (хотя их там давно не собирают), лучше, чем собранный на заводе японской компании во Вьетнаме. Чем лучше — не знают, но фанатично ищут «родную» технику.

Как переломить ситуацию — не знает никто. Есть, конечно, один проверенный историей способ. Но кто же возьмется водить жителей этой страны по пустыне 40 лет, снабжая в пути исключительно отечественными продуктами.

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

Демьян Кудрявцев — генеральный директор
Азер Мурсалиев — шеф-редактор
Анатолий Гусев — арт-директор
Эдвард 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»
Алексей Харнас — 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: Эльвира Насибуллина

КУДА КРИВАЯ ВЫВЕЗЛА

АМЕРИКАНСКИЕ АНАЛИТИКИ ВЫЯСНИЛИ, ЧТО КАЖДЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ, ПРЕДЛАГАЮЩЕЙ МИРУ НОВУЮ ТЕХНОЛОГИЮ, ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ ОПРЕДЕЛЕННЫМ УРОВНЕМ ИНФОРМАЦИОННОЙ ШУМИХИ ВОКРУГ ИННОВАЦИИ. ПРОАНАЛИЗИРОВАВ РЕАКЦИЮ СМИ, МОЖНО СУДИТЬ О ПОЛОЖЕНИИ ДЕЛ У РАЗРАБОТЧИКА. ИЛЬЯ АРЗУМАНОВ

ЭВОЛЮЦИЯ ИННОВАЦИИ Исследовательская компания «Гартнер» начала применять такой подход в 1995 году, отображая структурированные результаты своих исследований в виде графиков цикла ажиотажа (hype cycle, иногда переводят как «цикл зрелости/признания технологий»). У S-образной кривой, изображенной на графике, есть пять участков — эталонная инновация с течением времени проходит через каждый из них.

«Запуск технологии» — появление технологии и начало обсуждения ее перспективности в узких кругах профессионалов и разработчиков. Затем вовлечение в обсуждение энтузиастов и любителей попробовать все новое — с ростом популярности инновации среди таких людей нарастают рекламная шумиха и ажиотаж.

«Пик завышенных ожиданий». Наступает момент, когда уже все говорят о технологии. Появляются первые компании или последователи, которые пробуют применить технологию на себе в полном объеме, пытаются получить от нее бизнес-преимущества. На этом этапе брать инновацию под свое крыло слишком рано, считает «Гартнер».

«Пропасть разочарования». Выясняется, что у технологии полно слабых мест, недоработок, ограничений. Возникает разочарование, часто доходит до признания технологии провальной как со стороны потребителей, так и со стороны СМИ. Продукт может в этой «пропасти» остаться навсегда, однако гартнеровские исследователи говорят, что забывать про инновацию, находящуюся на этом этапе, не стоит.

«Склон просвещения». По-настоящему хорошие технологии после некоторой адаптации находят применение. Критики в СМИ становится значительно меньше, ведь успели появиться другие инновации и все заняты их расхваливанием («пик завышенных ожиданий»). Разработчики исправляют свои ошибки, технология становится все удобнее, ее реальная аудитория растет, и со временем к продукту опять возникает интерес, хотя и меньший, чем во времена «пика». После середины «склона» интересоваться вложениями в технологию поздно: все, кто мог, уже вложились.

Результатом карабканья по «склону просвещения», кропотливой работы над ошибками, оказывается выход на **«плато продуктивности»**. Технология завоевала себе место на рынке, стала удобным инструментом или решением в определенной области, этакой данностью — ею пользуется как минимум 20% целевой аудитории. СМИ такую технологию вспоминают в основном для того, чтобы сравнить с ней очередную инновацию.

Александр Баринов, руководитель аналитического отдела IBS (в прошлом сотрудник «Маркет-Визио», представительства «Гартнер» в России), рассказал о практической пользе и масштабах применения циклов ажиотажа: «Как и со многими аналитическими инструментами, тут все неоднозначно. Наверное, интуитивно эксперты и так понимают, в какой стадии жизненного цикла находится та или иная технология, и цикл ажиотажа скорее просто наглядный и красивый маркетинговый инструмент для разработчиков технологии. А вот относительное расположение различных смежных или конкурирующих технологий, а также отзывы аналитиков и экспертов об их жизнеспособности и скорости адаптации являются очень полезным инструментом для потенциальных пользователей данной технологией. В настоявшее время „Гартнер“ выпускает циклы ажиотажа для более чем 1,9 тыс. разработок и около 75 рынков IT, бизнес- и потребительских технологий. „Гартнер“ настолько забрендировала свой инструмент, что никто не решается использовать нечто подобное, все активно цитируют результаты исследований».

МНОГО ШУМА И НИЧЕГО Попробуем ознакомиться с некоторыми примечательными технологиями, реакция СМИ на которые видна из циклов ажиотажа этого года.

Трехмерная биопечать. Предполагается, что с помощью трехмерной печати можно будет создавать человеческие органы, пригодные для имплантации. 3D-принтер выкладывает друг на друга тонкие слои клеток ткани, руководствуясь данными подробного сканирования печатаемого органа. Сегодня на практике уже получаются куски кожи и костные фрагменты, с успехом приживляемые лабораторным мышам. Специалисты из «Гартнер» считают, что будущее, в котором можно запросто напечатать недостающую почку или даже сердце, наступит очень нескоро. Уж точно не в ближайшие десять лет — об этом свидетельствует весьма сдержанная, если не сказать вялая, реакция СМИ на новинку.

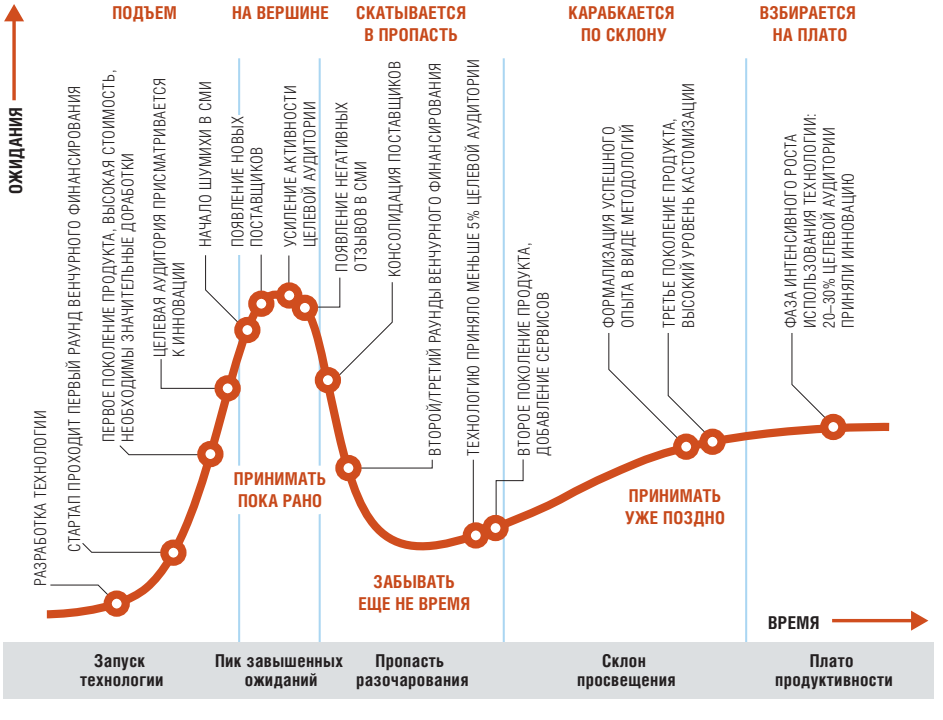
Мобильные роботы. Робототехника существует давно, однако в последние годы публикации о мобильных роботах встречаются все чаще, к слову, их куда больше, чем публикаций о трехмерной биопечати. Многие компании добиваются заметных успехов в разработках роботов-прототипов, способных перемещаться — например, американский робот MABEL умеет бегать со скоростью почти 11 км/ч. «Сейчас ажиотаж набирает обороты, но по мнению „Гартнер“, до того, как мобильные роботы станут повсеместно распространены, появятся в коммерческом использовании, пройдет много лет»,— считает господин Баринов.

Игроизация (gamification) обучения — использование игровых элементов для стимуляции интереса к процессу обучения. Сейчас игроизация подбирается к «пику завышенных ожиданий». Один из примеров этого идеалистического отношения — отечественный проект LinguaLeo, ставший победителем конкурса «Бизнес-инновационных технологий-2011» (о других конкурсантах можно прочесть в «Ъ-Науке», № 4–5). Разработчики полагают, что им удалось сделать изучение английского языка крайне захватывающим и увлекательным за счет использования игровых механизмов, напоминающих те, на которых работают наиболее аддиктивные (то есть вызывающие зависимость), а значит, популярные и прибыльные онлайновые RPG.

Судя по гартнеровским оценкам всей области игроизации, которой еще лет пять-десять до «плато продуктивности», «ЛингваЛео» в ближайшем будущем ждет стремительное падение. Если работающие над проектом не выявят все его недостатки и не исправят их, проект ждет судьба оцифровки библиотек.

Глобальная оцифровка библиотек. Идея умерла, так и не выкарабкавшись из «пропасти разочарования». Об объединении всех значимых библиотек мира в одну, широко доступную через интернет, можно и не мечтать. Основным препятствием для оцифровки библиотечных коллекций явилось авторское право. В России принимались поправки к Гражданскому кодексу, призванные разрешить библиотекам оцифровывать материалы без согласия авторов, а также обмениваться между собой такими оцифровками. Однако деньги на оцифровывание государство выделяет далеко не всем, а если и выделяет, то меньше, чем нужно.

Магазины мобильных приложений стремительно набирали популярность одновременно с активным распространением мобильных платформ. «App Store компании Apple появился в 2008 году (чуть раньше появился первый такой магазин — GetJar), в 2011-м разработчики, продающие свои приложения на App Store, получили в общем более $1,5 млрд. С тех пор появились магазины Google Android Market, Nokia Ovi Store (теперь просто Nokia Store), Research In Motion BlackBerry App World, Microsoft Windows Marketplace for Mobile, Palm Software Store. Таким образом, с 2008 года по настоящее время технология пробежала практически всю кривую и менее чем через два года будет на стадии общепринятого стандарта»,— рассказал господин Баринов.

Приложения, работающие с учетом местоположения. Из-за уменьшения доходов от продажи голосового трафика операторы сотовой связи оказались заинтересованы в расширении спектра предоставляемых услуг. К 2009 году появилось множество сотовых телефонов со встроенными GPS-приемниками. Тогда приложения, использующие данные о местоположении пользователя, находились в самом низу «склона просвещения» — их едва начали применять не только в узкоспециализированных областях, таких как охранные автомобильные системы, а в «Гартнер» полагали, что эта технология всего в двух-пяти годах от того, чтобы называться стандартом. Сегодня навигаторами оснащаются все современные смартфоны, так что воспользоваться функцией навигации может каждый владелец такого устройства. ■

ЦИКЛ ЗРЕЛОСТИ ТЕХНОЛОГИЙ