

# «ИМ БЫСТРО НАЧИНАЮТ СИМПАТИЗИРОВАТЬ»

ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ ООО «ПРОМОБОТ» ОЛЕГ КИВОКУРЦЕВ — О ТОМ, КАК РОБОТЫ ЗА НЕСКОЛЬКО ЛЕТ СМОГУТ ИЗМЕНИТЬ БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО.

**Guide:** Олег, какое время прошло с создания первого робота до открытия компании «Промобот»?

**Олег Кивокурцев:** Компания «Промобот» зарегистрирована в 2015 году, но история началась в 2013-м, когда я учился на пятом курсе пермского «политеха». Мы с одноклассником Максимом Утевым и аспирантом Игорем Еремеевым занимались различными проектами в области робототехники, участвовали в конференциях, получали гранты. Так мы познакомимся с предпринимателем Алексеем Южиковым, который владел бизнесом в разных отраслях. На тот момент Алексей посетил множество стран и знал, что сервисные роботы набирают обороты. Они обслуживают посетителей, отвечают на вопросы и в целом востребованы бизнесом. Он сказал: «Давайте попробуем сделать такого робота, а я знаю, кому его продать. С меня — первоначальные средства, с вас — компетенции». Мы взяли недельную паузу, изучили рынок и поняли, что должен уметь робот: распознавать лица, двигаться, общаться. Тогда его стоимость составила около 300 тыс. руб. Собрали робота в арендованном гараже за четыре месяца и отправили в торговую сеть, где он продавал цветы со слоганом: «Тот, кто розы покупает, целый день благоухает!» Продажи выросли в три с половиной раза. Далее роботы отправились в ТЦ «Колизей», офис «Камской долины», в гостиницы. Всего за первое время мы продали десять роботов и заработали \$100 тыс. Именно эта сумма считается необходимой «посевной» инвестицией. На эти деньги мы сняли офис в 60 «квадратов» и начали предсерийный выпуск. Уже в 2014 году наша разработка была признана лучшим индустриальным стартапом страны, по версии Российской венчурной компании.

**Г:** С какими показателями вы вышли на 2018 год?

**О.К.:** Если говорить о цифрах, то они стабильно увеличиваются. Выручка за год выросла в три раза, сбыт — вдвое, доля экспорта — с 20 до 60%. На первом месте экспортных отправок — Казахстан, где идет программа цифровизации, и страны СНГ, далее — Ближний Восток, и на третьем месте — Северная Америка.

Но главный успех — это наша уже четвертая версия робота. Она очень удачная: стабильно работает и действительно круто выглядит! Если первая версия имела две степени свободы рук — поднять и опустить, то нынешняя имеет семь, более свободным стало туловище: робот меняет рост и наклоняется, распознает лица и речь. У него мощная лингвистическая база: с 10 тыс. фраз на одном языке в первой версии мы дошли до 100 тыс. фраз на почти десяти языках. Но самое ценное — это возможность интеграции с другими системами и устройствами. Это дает широкие возможности для развития в различных сферах. Спустя три года устройство превратилось из промобота в автономного сервисного робота для бизнеса.

**Г:** Кто ваши конкуренты?

**О.К.:** Первый — французско-японская компания Aldebaran. К сожалению, скоро она может свернуть это направление. С 2015 года на рынок от них не поступило новых моделей, тогда как мы выпустили уже четвертую. К тому же бизнес-модель построена ошибочно. В предприятие и семь заводов по производству комплектующих был вложен \$1 млрд, но концепт — робот для дома. Из-за небольшого роста общаться с ним неудобно, а речь он обучен распознавать в спокойных домашних условиях и не сможет работать в местах скопления людей. Но эти ребята открыли рынок. А люди, реагируя на их агрессивную рекламу, начинают изучать рынок и находят нас.

Второй конкурент — из Китая. Эта компания сравнила опыт Франции и наш и решила сделать что-то среднее. Их продукт похож на нашу вторую модель «Промобота». Но есть недочеты в программной части: их робот не всегда справляется с диалогом и реагирует на собственные ответы. При этом государство вложило в разработку \$1 млрд, а стоят такие роботы \$2–3 тыс. Эта компания пробовала сделать и робота, похожего на нашу четвертую версию. Да, он умеет поднимать грузы и многие другие сложные механические вещи, но уступает по распознаванию речи и дизайну и превосходит по цене (\$30 000). Их потенциальные клиенты тоже выходят на нас. Получается, что они как будто продают Lifa, а мы — Mercedes.

Пока по объему сбыта мы на третьем месте, но по качеству и характеристикам считаем себя лидерами. На первое место по сбыту мы планируем выйти к 2020 году. На секундочку: в наших конкурентов вложили по \$1 млрд! И как они распорядились деньгами? Мы бы даже столько не взяли на разработку. А результаты видны!

**Г:** Где работают ваши роботы?

**О.К.:** Достигнутая возможность интеграции с сервисными позволяет роботу выполнять узкие задачи, например сканировать и обрабатывать документы и вносить данные в базу. Это актуально для банков, страховых компаний, МФЦ. Один из наших роботов уже работает в МФЦ Салехарда, скоро появится и в Перми. В целом мы определили шесть направлений, где робот востребован: консультант в банках и МФЦ; гид-экскурсовод; консьерж; сфера образования, в которой робот работает как лабораторный стенд, а также два очень важных направления — аэропорты и ритейл.

**Г:** То есть робот эффективно себя показывает в местах повышенного скопления людей?

**О.К.:** Для работы в аэропорту мы определили три зоны: регистрации, вылета и прилета. Робот может подсказать гейт, рассказать правила провоза багажа и дать инструкцию при его утере, отсканировать посадочный талон, вызвать такси и выдать парковочный талон.

В ритейле роботы сэкономят огромные деньги. Сейчас торговые сети тратят до 5% выручки на программу лояльности, которая дает возмож-



МАКСИМ МИЛЕРТИНГ

ность составить портрет покупателя и подстроить под него сам магазин и дисконтные программы. Но люди вынуждены тратить время и внимание, чтобы зарегистрироваться, поэтому предпочитают не делать этого. Робот же позволяет сделать это быстрее и проще.

**Г:** Роботы быстро приживаются в местах работы?

**О.К.:** Конечно, им быстро начинают симпатизировать и даже дают имена. Но бывает, что называют человеческими именами — Коля или Валера. Мне кажется, такой контраст, может, и выглядит сначала забавно, но не вызывает ассоциаций с чем-то технологичным и разрушает весь эффект. Нескольким нашим роботам повезло на крутые имена. В США есть OWEN, но это не мужское имя, а аббревиатура. В Московском технологическом институте нашему роботу дали имя Алантима — в честь Алана Тьюринга и Тима Бернерса-Ли.

**Г:** В каких еще сферах тестировались ваши роботы?

**О.К.:** В Казахстане есть робот-полицейский, который ведет видеонаблюдение в слепых зонах, а также распознает лица и сличает их с базой розыска. При обнаружении совпадения робот передает информацию о координатах подозреваемого. Кроме того, он передает сигнал в полицию, если распознает ключевые слова, например «бомба». В США робот настроен на обнаружение оружия в школах. Это штучные, сложномасштабируемые вещи.

**Г:** Как и ваш бизнес. Поступали ли предложения о его покупке?

**О.К.:** Конечно, звонят, предлагают продать долю. Но весь бизнес продать невозможно — что он без нашей команды? Весь бизнес — в головах наших разработчиков!

**Г:** Возможно, роботы вскоре заменят и разработчиков?

**О.К.:** Роботы придут в три сферы: там, где работать скучно, грязно и опасно. Это, в первую очередь, функции охранников, администраторов, хостес, консьержей. Далее — сельское хозяйство, горнодобывающая и нефтяная промышленность, машиностроение. Здесь будут роботы и один человек, управляющий процессом. Роботы научатся также ликвидировать последствия чрезвычайных ситуаций и работать в опасных для человека условиях. В конечном итоге мы придем к предприятиям без людей, самостоятельным экономическим единицам. Следствием этого станет введение в странах безусловного базового дохода, такой опыт уже есть в Швеции. Грубо говоря, это компенсация за занятие «человеческого» рабочего места. Люди окажутся на вершине пирамиды Маслоу, ведь все базовые потребности удовлетворяют роботы. Они производят и доставляют еду, строят дома. Снижается криминальная обстановка. Поэтому появляются возможности для развития человека в науке и культуре.

**Г:** Ваши роботы очень дружелюбны. Когда вы почувствовали, что робот должен не только приносить пользу, но и вызывать улыбку?

**О.К.:** При производстве первой модели мы поняли, что набор фраз нужно разбавлять шутками, комплиментами или обычной болтовней. Тогда и я подобрал эти фразы. Это и задавало общий курс. «Фишкой» нашего промобота стали и глаза-сердечки. Сейчас в нашем коллективе есть лингвист-разработчик, отвечающий за «словесный контент». После общения все говорят, что наши роботы классные!

**Беседовала Юлия Сырова**

**НА СЕКУНДОЧКУ: В НАШИХ КОНКУРЕНТОВ ВЛОЖИЛИ ПО \$1 МЛРД! И КАК ОНИ РАСПОРЯДИЛИСЬ ДЕНЬГАМИ? МЫ БЫ ДАЖЕ СТОЛЬКО НЕ ВЗЯЛИ НА РАЗРАБОТКУ. А РЕЗУЛЬТАТЫ ВИДНЫ!**



РОБОТОТЕХНИКА