

информационные технологии



«Мы способны заменить львиную долю IT-продуктов, созданных в других странах»

О том, благодаря каким технологиям страна может совершить прорыв, в чем разница работы с бизнесом и госсектором, как меняется взаимодействие государства с гражданами и какие задачи стоят перед Лигой Цифровой Экономики, «Ъ» рассказал президент и основатель организации **Сергей Шилов**.

— интервью —

— Расскажите о Лиге Цифровой Экономики, которую вы возглавляете. Кто входит в состав ее участников? В чем заключаются ее основные цели и задачи?

— Лига Цифровой Экономики — некоммерческая организация. Ее основные задачи в том, чтобы собирать под своим флагом лучших IT-специалистов в России и за рубежом, обмениваться опытом, развивать людей, делать так, чтобы цифровая экономика в стране развивалась наилучшим образом. Мы объединяем экспертов, которые работают в ведущих компаниях рынка. Это около 20 коммерческих организаций, каждая из которых делает очень важные для страны проекты. В конечном счете мы создаем такой глобальный центр компетенций, который объединит самых талантливых айтишников, самые крутые команды.

— Над какими проектами сейчас работает Лига? Что уже реализовано? Что в планах?

— Если говорить именно о Лиге, то у нас есть внутренняя Академия Лиги Цифровой Экономики. Мы проводим около тысячи тренингов и митапов в год на тему технологий, консалтинга, бизнеса. Есть несколько уровней обучения: для руководителей, для специалистов. Это позволяет нам обмениваться опытом, объединять людей, делать их лучше, умнее. Для эффективного управления процессами обучения создана специальная цифровая платформа. Я думаю, что постепенно мы придем к тому, что на базе Лиги будет работать полноценный образовательный центр. И, конечно, у каждой из команд, входящих в Лигу, есть свои проекты на рынке, связанные с цифровизацией государственных и коммерческих структур.

— В России принята нацпрограмма «Цифровая экономика», это же словосочетание содержится и в названии Лиги. Как вы оцениваете сам нацпроект и работу по претворению в жизнь планов, закрепленных в нем? Вы уже видите конкретные результаты?

— Я оцениваю нацпроект положительно: в нем очень много интересных планов. Однако надо понимать, что работа над созданием цифровой экономики началась задолго до принятия этой программы. Многие вещи, которые в ней содержатся, уже сделаны. Мы помним, что еще 15 лет назад, чтобы получить любую справку от какой-либо государственной организации, нужно было потратить несколько дней, а то и месяцев. Многие вещи, которые тогда казались очень сложными, сейчас стали очень простыми. Задача нацпрограммы «Цифровая экономика» в том, чтобы помочь осуществить следующий прорыв. Чтобы вообще все можно было делать через интернет, чтобы все государственные услуги были в онлайн.

— Каковы, по вашему мнению, основные факторы, препятствующие становлению по-настоящему цифровой экономики в РФ? И что, напротив, является главным драйвером этого процесса?

— Главным драйвером этого процесса является воля руководителей государства. Именно они выделяют бюджеты, ставят приоритеты. А главное препятствие — разный уровень готовности отраслей экономики к цифровизации. Где-то процессы идут быстрее, где-то отстают, но это нормально для наших масштабов. Я убежден, что в итоге те задачи, которые ставит руководство страны, будут реализованы.

— А что, как вы считаете, подтолкнуло государство к принятию программы «Цифровая экономика»?

— Желание значительно увеличить эффективность госуправления. Всем известно, что именно эффективность государства определяет выживаемость и будущее страны. На сегодняшний день государственное управление в России неидеально, требует доработок. Необходимо существовать прорыв в этом направлении, чтобы увеличить конкурентоспособность страны. Цифровая экономика должна помочь.

— Власти делают ставку на развитие так называемых сквозных цифровых технологий, то есть тех, которые могут многократно применяться в самых разных



отраслях. К ним относят, например, Big Data, нейротехнологии и AI, системы распределенного реестра, квантовые и новые производственные технологии, промышленный интернет, компоненты робототехники и сенсоры, технологии беспроводной связи, виртуальную и дополненную реальность. Насколько это оправданно? Как вы считаете, какие из них могут обеспечить России настоящий прорыв?

— На мой взгляд, ключевое — это искусственный интеллект. Именно по этому направлению Россия может выделиться на общем фоне и достичь уникальных результатов. Что касается остальных вещей, которые мы перечислили, то тут тонкий момент. Зачастую это маркетинговые инициативы, за которыми пока мало что стоит именно с айтишной точки зрения. — Каковы сегодня главные тенденции в развитии российской IT-отрасли? Что будет определять ее развитие в будущем в обозримой перспективе?

— Кадры. Основная проблема и основная тренд — это кадры. Мы попали в демографическую яму в кризисные 1990-е годы. Сегодня для того, чтобы решать весь огромный спектр задач, который стоит перед IT-отраслью, необходимо очень много талантливых людей. За таких людей идет борьба, причем не только локальная, но и глобальная. Не секрет, что в любой точке России при нали-

зародается при участии государства — не секрет, что IT-индустрия первоначально развивалась через военные технологии. Разумеется, все это было на деньги государства. Затем отрасль стала более независимой, она коммерциализировалась, ушла в массы. И действительно, на каком-то этапе сложилось впечатление, что она почти не регулируется. Сейчас очередной виток развития, присущий абсолютно любой отрасли — когда государство пытается упорядочить те процессы, которые происходят. Это есть не только в России, но и во всех странах. Как бы мы к этому ни относились, это просто цикл, который предопределен с самого начала. И мы сейчас в том моменте, когда государство активно вмешивается. Надо просто с этим смириться и стараться адаптироваться к текущему циклу. Очевидно, что в какой-то момент опять произойдет либерализация, в какой-то — опять усиление регулирования. — Как вы оцениваете процесс импортозамещения софта? Ряд нормативных актов ограничивает для госзаказчиков закупки ПО, которое отсутствует в соответствующем реестре. Насколько такие протекционистские меры необходимы?

— Я оцениваю нормально. Причем именно софт — это сфера, где качественное импортозамещение абсолютно реально благодаря энергии и экспертизе наших людей. Мы способны заменить львиную долю тех продуктов, что созданы в других странах. Конечно, есть свои сложности — с государственным регулированием на примере. Тем не менее уже имеющиеся протекционистские меры позволяют серьезно развиваться.

На мой взгляд, у нас не то чтобы какие-то проблемы с законодательством, а просто ментальные особенности. Большинство заказчиков предпочитают не программные продукты, а заказную разработку. Это делает развитие коробочных продуктов проблематичным. Исторически сложилась такая ситуация, что платить миллионы долларов за лицензии на западные ПО было просто, а вот платить хотя бы миллионы рублей именно за лицензии на российские продукты — сложно. В результате капитализация компаний, которые ориентированы на коробочные продукты, ниже, чем могла бы быть. Могу сказать, что у наших команд большинство проектов — разработка ПО на заказ с использованием свободного программного обеспечения, а не закупка лицензий.

— Ваша компания AT Consulting много работала как с бизнесом,

так и с госсектором. В чем основная специфика выполнения проектов как с теми, так и с другими? — В госсекторе более зарегулированы правила игры, не так много свободы. Коммерческие компании могут позволить себе экспериментировать, не отвлекаясь на ограничения в законодательстве. Конечно, у бизнеса есть какие-то внутренние правила, которым нужно соответствовать. Но уровень ответственности за нарушения правил и закона, естественно, отличается.

Если объяснять разницу на пальцах, то в госсекторе обычно ограниченный, лимитированный объем финансирования, за который нужно сделать неограниченный объем работы в сжатые сроки. В госсекторе мы часто решаем не очень четко сформулированные задачи. В коммерческой сфере есть четкий объем и более точные технологические требования, и там тот идет именно по цене и по срокам.

— Как вы относитесь к хайпу применительно к индустрии? Я имею в виду примеры того, как внезапно ставшие популярными IT-продукты и приложения получают годовую выручку или прирост аудитории за несколько дней, после чего ее интерес к ним угасает. Хайп в этом случае хорошо или плохо?

— Есть знаменитое изречение Ларри Элисона из Oracle, что IT-индустрия более подвержена моде, чем сама индустрия моды. Я абсолютно с этим согласен. На протяжении всей истории информационных технологий появлялись различные модные направления, будь то ERP, CRM, искусственный интеллект или блокчейн, и под эти направления создавались целые отдельные индустрии внутри IT. Это тренды, которые наполнялись деньгами, и заказчики им следовали.

На самом деле, чаще всего эти понятия не определены детально. Многие подразумевают под одним и теми же словами разные вещи. То есть на рынке нет четкого понимания, что есть что, даже если это на слуху, как блокчейн например. А люди тратят на это время, деньги. Поэтому хайп в IT безумно важен. Я бы даже сказал, что он является драйвером развития отрасли. Хорошо это или плохо? Скорее хорошо, потому что позволяет индустрии жить и развиваться. То, что есть такая асимметрия в информации, что люди под одним и тем же понимают разные вещи, это, конечно, плохо. Тем не менее это просто особенность нашей работы.

Беседовал
Иван Шапошников

Поймать волну

— приложения —

В конце сентября все соцсети пестрили скриншотами из приложения Gradient, которое позволяет пользователям найти похожую на них знаменитость. Всего за неделю его скачали больше миллиона человек, а такими цифрами может похвастаться далеко не каждое приложение. Но история обрывается, что скорый взлет зачастую оборачивается таким же скорым падением.

Найди близнеца

18 июня в App Store и Google Play поступает приложение Gradient Photo Editor — ничем не примечательный редактор фотографий, коих в магазинах мобильных приложений если не тысячи, то уж сотни точно. Оно болтается где-то далеко за пределами топ-подборки в течение трех месяцев, пока 17 сентября разработчики из российской студии Ticket to the Moon не выпускают обновление. В фоторедакторе появляется функция, позволяющая пользователям узнать, на кого из знаменитостей они похожи. Она так и называется — Who is your twin? («Кто твой близнец?»). Пользователь загружает свое фото, а далее нейросеть приложения анализирует его и подбирает известную личность из своего банка фотографий. Именно благодаря этой функции приложение добивается молниеносного успеха.

Всего за два дня Gradient, по заверениям разработчиков, скачивают 3 млн раз, а за неделю аудитория фоторедактора вырастает с 1 млн до 5 млн пользователей. Независимые оценки, правда, куда скромнее. Так, сервис AppRortia, оценивающий количество скачиваний мобильных приложений, полагает, что с 23 сентября (день, когда приложение вышло в топ магазинов) по 2 октября Gradient был скачан в России около 780 тыс. раз, а в мире этот показатель составил 1,1 млн.

К слову, результат работы нейросетей зачастую далек от идеального: приложение может с легкостью назвать похожими белокожую девушку с темнокосым мужчиной. Но это, кажется, и не важно вовсе. Скорее это добавляет приложению вирусности: смешной резуль-

тат — тоже результат, при этом пользователи соцсетей делаются таким с еще большей охотой. А когда им начинают делиться знаменитости с миллионами подписчиков в социальных сетях, такие как Михаил Галустян, Ольга Бузова или рэпер Баста, то приложение молниеносно набирает бешеную популярность.

Сколько на волне этой бешеной популярности заработала Ticket to the Moon, остается загадкой: основатели компании Владислав Уразов и Богдан Матвеев эту информацию не раскрывают. Впрочем, вряд ли оно успело принести им за это время золотые горы. Само приложение бесплатное, функция сравнения себя со знаменитостями — тоже. В компании говорят, что заработок идет только от подписки, которая открывает пользователям ряд дополнительных функций в редакторе. Месячная подписка стоит \$4, годовая — \$20. Сервис SensorTower, например, полагает, что в августе (за месяц до нахлынувшей на приложение популярности) Gradient было скачено в App Store примерно 50 тыс. раз, а компания заработала около \$20 тыс. В Google Play количество скачиваний за август оказалось в десять раз меньше, а компания почти ничего не заработала.

Gradient — наглядный пример того, как малоизвестное приложение в какой-то момент вдруг становится самым скачиваемым в онлайн-магазинах приложений. Путь к известности обычно прокладывается двумя путями: либо за счет активной рекламной кампании, либо за счет привлечения популярных блогеров и в целом известных личностей. Иногда разработчики прибегают к обоим способам привлечения внимания аудитории к своему продукту, но на это нужны деньги, и немалые. Несмотря на то что для Ticket to the Moon это был первый проект, а сама команда состоит всего из 15 человек, деньги на привлечение к раскрутке Gradient у основателей компании, скорее всего, были. Несколько лет назад они продали другую свою программу — Teleport, которая меняла цвет волос на фото, — популярному мессенджеру Snapchat за \$8 млн. Прибегли ли создатели Gradient к услугам знаменитостей или те подружились с раскруткой приложения самостоятельно — неизвестно. А как показыва-

ет практика, чтобы твое приложение стали скачивать миллионы людей, совсем необязательно тратить деньги на рекламу. Так, например, было с приложением MSQRD.

Маска, кто ты?

MSQRD было создано белорусскими разработчиками Евгением Невгеном, Сергеем Гончаром и Евгением Затепакиным. Причем собрали приложение всего за 48 часов — в ноябре 2015 года на хакатоне Garage48. Оно было достаточно сырым, но у него уже была функция, которая моментально зацепила аудиторию. При помощи нейросетей и 3D-технологий обработки фотографии приложение позволяло пользователю менять свое фото, накладывая на него различные маски из библиотеки. Там же, на хакатоне, разработчики пообещали выпустить полную версию приложения к рождественским праздникам. А добавлением в библиотеку масок на новогоднюю тематику команда Masquerade Technologies сделала свое приложение еще более вирусным.

В итоге, по данным сервиса AppRortia, за первый месяц существования приложения его установил 1 млн пользователей, а по итогам февраля — уже 10 млн. К середине марта эта цифра перевалила за 18 млн, при этом, как утверждают сами разработчики, на раскрутку приложения не было потрачено ни рубля. Деньги на это у Masquerade просто не было. Поэтому они просто писали звездам шоу-бизнеса с просьбой рассказать о приложении в соцсетях. И очень многие из них откликнулись на просьбу белорусских разработчиков. А в марте 2016 года к создателям MSQRD пришли и большие деньги: с предложением выкупить фото- и видеоредактор пришла Facebook. В итоге 9 марта было объявлено о сделке с крупнейшей социальной сетью мира. Сколько именно компания Марка Цукерберга заплатила за детище белорусских разработчиков, не раскрывается. Но эксперты на рынке уверены, что эта сумма исчисляется десятками миллионов долларов.

При этом компания зарабатывала на своем приложении и до его продажи Facebook. Как только приложение начало набирать популярность, к разработчикам стали приходить крупные компании с просьбой разме-

стить рекламу или даже сделать стилизованные маски для фото. Самый яркий пример последнего — маска танкового шлема, которую заказали разработчики популярного многопользовательского танкового симулятора World of Tanks.

Продажа бизнеса Facebook вовсе не означает конец истории Masquerade. Она сохранила свой штат и продолжает трудиться над дальнейшими разработками. Только теперь команда MSQRD делает это под крылом огромной корпорации с потенциальной аудиторией свыше 2 млрд человек.

Живописные нейросети

Но не все истории приложений, однажды взлетевших на самую вершину чартов, заканчиваются столь же радужно. Достаточно вспомнить Prisma, ставшее летом 2016 года и признанное Apple приложением года. У Prisma очень много общего с MSQRD: тоже фоторедактор, тоже нейросети, даже мотором и первым инвестором у этих двух приложений был один и тот же человек — тогдашний вице-президент Mail.ru Group Юрий Гурский. Наконец, тот же моментальный взлет: приложение изначально появилось в App Store 11 июня. Как затем рассказывал сам господин Гурский, он попросил прорекламировать новое приложение, обрабатывающее фотографии в стиле известных художников, модель и актрису Наталью Водянову. Пост Водяновой в Instagram, рекомендующий пользователям попробовать Prisma, был опубликован 17 июня и собрал более 16,5 тыс. отменок «нравится». В итоге всего через полторы недели после запуска детище Prisma Labs оказалось в топ-10 магазинов App Store в десяти странах и было скачено около 650 тыс. раз. Еще через месяц Prisma стало доступно и пользователям смартфонов на операционной системе Android, и к 1 августа число обработанных через Prisma фотографий достигло 1 млрд.

Однако на этом сходства в истории MSQRD и Prisma заканчиваются. Да, к российским разработчикам тоже пришли инвесторы, первым из которых стал Алексей Губарев, которого позвал как раз Юрий Гурский. Господин Губарев представлял оператора да-

та-центров XBT Holding. Его компания тут же приобрела около 20% акций Prisma Labs. Затем к ним присоединились Gagarin Capital и, наконец, сама Mail.ru Group, вложившая в проект около \$2 млн, получив взамен долю от 10% до 25%. Остальной акционерный капитал принадлежал основателю сервиса обработки фотографий. Но своей условной Facebook, готовой вложить в проект миллиарды долларов, на пороге Prisma так и не появилось. И это притом, что сейчас, несмотря на заметное падение интереса пользователей к приложению, у Prisma, по данным AppRortia, более 100 млн скачиваний по всему миру.

Уже через полгода после запуска у Prisma наматывался очевидный кризис, и проект начал покидать инвесторы. Так, в начале 2017 года Гурский, уже покинувший Mail.ru Group, создает собственный фонд совместно с Губаревым Nahus и выкупает долю XBT Holding. А 5 августа 2018 года они приобретают и долю Mail.ru Group, которая окончательно разочаровалась в проекте. В прошлом же году Prisma покинули основатель Алексей Моисеенков, а также еще ряд миноритарных акционеров, продавших свои акции Nahus. В сентябре 2019 года количество скачиваний некогда самого популярного фоторедактора в России составило 28 тыс. раз — это примерно в 17 раз меньше, чем в первый месяц работы приложения.

Историй приложений, схожих с Prisma, в целом гораздо больше, чем тех, где разработчикам удается подолгу оставаться на вершине. Так, еще в июле пользователи сходили с ума от FaceApp, в котором появилась функция «состаривания» человека при помощи нейросетей. В текущем месяце приложение скачали по всему миру 47,3 млн человек, но всплеск популярности оказался очень краткосрочным. Уже в августе количество скачиваний составило 19 млн, а за сентябрь FaceApp установили и вовсе всего 5 млн владельцев мобильных гаджетов. Сколько продержится на вершине Gradient — неизвестно, но, как показывает история, на то, чтобы найти новые способы завлечь аудиторию, у создателей фоторедактора есть всего несколько месяцев.

Кирилл Сарханянц