

мнение

ДМИТРИЙ КАМЫНИН

Руководитель проектного офиса цифрового развития Самарской области рассказал о том, как нехватка специалистов в отрасли и на местах влияет на скорость развертывания «Умного города»

У нас есть две основных проблемы: дефицит IT-кадров и дефицит квалифицированных пользователей

ТАТЬЯНА АНЗОНГЕР, ЕКАТЕРИНА ОВЧАРОВА

Количество реализуемых инновационных проектов в губернии постоянно растет, однако скорость внедрения интеллектуальных решений в той или иной сфере могла бы быть гораздо выше. Как чиновники оценивают реализацию проекта «Умный город» в регионе? Что может ускорить процесс? На эти и другие вопросы «СО» ответил руководитель проектного офиса цифрового развития Самарской области Дмитрий Камынин.

- Как вы оцениваете ход реализации программы «Умный город» в регионе?

- Дать оценку муниципалитетам на данном этапе развития проекта сложно - не выработаны еще даже критерии оценки эффективности. Если же говорить в целом о запущенных в городах инновационных процессах, то результаты высокие. Проект «Умный город» - это, в первую очередь, снижение издержек в системе управления городом за счет использования цифровых технологий. Для этого в губернии есть серьезная база - инфраструктура для их внедрения - системы сбора информации, контроля, передачи данных и т.д. Прделана огромная подготовительная работа. В Самарской области есть компании, которые разработали и сейчас внедряют различные IT-платформы. Например, проект по управлению мобильными бригадами. Это оптимизация работы больших групп людей, передвигающихся на каком-либо автотранспорте, то есть это вывоз мусора, ремонтные бригады, общественный транспорт.

Мы видим, как активно цифровизируются муниципалитеты, ресурсоснабжающие компании, органы государственной власти, промышленные предприятия. Тут возникает проблема обмена данными между

“

Цифровые технологии – это, наверное, единственная возможность показать людям, которые живут в других регионах страны или за рубежом, что Самара сейчас является удобным для жизни городом, в котором есть место для развития бизнеса и культурной жизни.

”

этимися предприятиями с целью повышения эффективности их работы. В нашем регионе этот вопрос решила одна из самарских IT-компаний. Она сшивает разнородные системы между собой, помогая им понимать друг друга. Эти решения сейчас главным образом востребованы в Европе. В Самарской губернии мы только подходим к этой проблеме, и очень хорошо, что уже имеем решение. Здесь мы, возможно, избежим болезни роста, с которой сталкиваются сейчас европейские страны, в частности Финляндия, Чехия. Там активно внедряется большое количество разнородных данных.

Третий момент, который стоит отметить, - это очень хорошее развитие систем безопасности. Снижение преступности и количества ДТП фиксируется, по крайней мере по Самаре. Это пока, наверное, единственная технология «Умного города», которая уже сейчас показывает рентабельность. Это та система, которая может поддерживать



саму себя, она экономически стабильна.

- Каковы ближайшие перспективы развития проекта?

- Мы ожидаем, что в ближайшие два года в Самаре будут внедрены технологии, позволяющие моделировать городское пространство и культурную среду. К примеру, общественные слушания будут проводиться с использованием специально разработанного программного обеспечения, чтобы можно было визуализировать городскую среду, причем накладывать виртуальную картинку на реальную при помощи элементов дополненной реальности. Мы рассчитываем и на появление технологий, которые смогут предлагать каждому горожанину культурные мероприятия исключительно по его интересам, т.е. ему не надо будет искать информацию в Интернете, смотреть афиши, а просто зайти в свой профиль в соцсетях или на Госуслуги и получить информацию по интересующим

его мероприятиям. Если все будет развиваться с той же скоростью, как сейчас, то через два года этим будет пользоваться каждый житель, по крайней мере Самара и Тольятти.

- Что тормозит развитие технологий и внедрение элементов анализа «Умного города» в нашу городскую среду?

- Основных проблем две. Первая - это недостаток специалистов, которые будут создавать систему, точнее, адаптировать решения и сервисы под конкретные нужды муниципалитетов. У нас сейчас наблюдается колоссальный дефицит программистов. И второе - мало квалифицированных пользователей. Для того чтобы заказать IT-компания какое-то решение, нужно хотя бы представлять, что она в принципе может сделать. Иными словами, на предприятиях, в крупных организациях и муниципалитетах должны работать специалисты, которые обладали бы широким спектром знаний о тех возможностях, которые дают IT-технологии.

Эту работу мы уже ведем. С 2020 года будут разработаны и внедрены программы дополнительного образования, которые предусматривают подготовку людей по разным специальностям, чтобы они знали об особенностях IT-технологий своей специальности. Например, врач-кибернетик. Это врач, который имеет представление о том, с помощью какого оборудования можно сделать свою работу более эффективной.

- Могут ли горожане повлиять на скорость развертывания проектов?

- На самом деле я бы обратился ко всем жителям губернии, которые верят в ее цифровое будущее, с призывом проявлять большую активность в плане конструктивных предложений о том, как технологии могут менять городскую среду. Нам не хватает конкретных задач, каким образом можно усовершенствовать нашу повседневную жизнь, и если они появятся и будут интересными для IT-сектора, я уверен, наши компании откликнутся и смогут их реализовать.

- Насколько важны цифровые проекты для городов региона?

- Нам очень важно, чтобы в губернию привлекались туристы и новые жители. Цифровые технологии - это, наверное, самая лучшая возможность показать людям, которые живут в других регионах страны или за рубежом, что Самара сейчас является удобным для жизни городом, в котором есть место для развития бизнеса и культурной жизни.

- Насколько востребованы местные IT-компании за пределами Самарской области?

- Что касается продуктов и услуг местных IT-компаний, то эта сфера также активно развивается. В данный момент программные продукты, разработанные в Самарском регионе, используются более чем в 160 странах мира. ■

тенденции

В САМАРЕ ОТКРЫЛИ ЛАБОРАТОРИЮ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

«Смартслаб» проникнет в мозг покупателей

Проект SMARTCa и СамГМУ измерит эффективность рекламы и маркетинга через нейробиологию

ЕКАТЕРИНА МАЛОН

Самарский государственный медицинский университет (СамГМУ) и АО «СМАРТС» запустили в регионе лабораторию нейромаркетинговых исследований «Смартслаб», которая поможет повысить эффективность рекламы и маркетинга в Поволжье.

По информации организаторов нейромаркетинговой лаборатории, ее идея была разработана в СамГМУ. Располагая необходимой научной и технологической базой, университет реализует современные высокотехнологичные решения. Инициативу



АЛЕКСЕЙ ДОБРУСИН,
генеральный директор ООО «Смартслаб»

Нейромаркетинг сейчас - это уже не далекая перспектива или гипотетическая технология, это конкретная методология, подкрепленная программным обеспечением, оборудованием и компетенциями. По статистике, использование нейромаркетинга может сэкономить маркетинговые бюджеты на 20-40%.

самарских ученых поддержал СМАРТС. Сейчас нейромаркетинговая лаборатория региона работает на кафедре физиологии СамГМУ. «Помимо экспертизы и научного опыта сотрудников вуза ключевым элементом лаборатории стало разработанное специально в рамках проекта программное обеспечение (ПО). Оно позволяет на основе

анализа электроэнцефалограммы и биометрических параметров человека делать выводы о семи эмоциональных состояниях: нейтральное эмоциональное состояние, радость, грусть, страх, гнев, отвращение и удивление; а также понимать, находится ли человек в состоянии возбуждения, воспринимает ли он ситуацию как позитивную для себя,

чувствует ли себя подавленным и т.д. По этим данным исследователи могут получить информацию о вовлеченности зрителей в процесс просмотра рекламы», - пояснил генеральный директор ООО «Смартслаб» Алексей Добрусин.

Разработанное для проекта ПО и оборудование уже используется для предоставления услуг анализа коммерческим компа-

ниям. Проводятся нейроисследования сайтов, креативов для таргетированной рекламы, видеороликов, рекламных макетов, упаковки товаров, сравнительный анализ упаковки в рамках «виртуальной полки». По мнению экспертов, методы нейромаркетинга позволяют делать рекламные кампании более эффективными и продуктивными. ■

