

Рекламу сети Xiaomi проверит прокуратура

Владимир Неонов

Федеральная антимонопольная служба РФ направила в Генпрокуратуру жалобу Ассоциации профессиональных пользователей соцсетей и мессенджеров (АППСИМ) на рекламу в сети Xiaomi Ads. Суть жалобы – обилие мошеннических объявлений в данной среде, аудиторией которых становятся многочисленные пользователи смартфонов Xiaomi

В АППСИМ рассказали, что к ним поступило несколько жалоб от пользователей на рекламные объявления, которые отображаются в фирменных приложениях компании Xiaomi, после чего они провели исследование софта, встроенного в их смартфоны.

«Компания Xiaomi в операционную систему Android своих фирменных смартфонов встраивает приложения собственного производства «Очистка» и «Безопасность», которые нельзя удалить без получения Root-прав, т. е. обычные пользователи не могут самостоятельно удалить эти приложения», – пояснил представитель АППСИМ.

Приложение «Безопасность» позволяет оценить уровень защищенности устройства от вирусов и прочих уязвимостей, а при нажатии пункта «Очистка» пользователь перебрасывает в одноименный сервис. Он ведет анализ всех файлов, скачанных на телефон, и предлагает пользователю избавиться от «Мусора», т. е. файлов, которые, по мнению Xiaomi, не представляют ценность для пользователя, но занимают свободное место на устройстве. После удаления «Мусора» в приложении «Очистка» появляются рекламные объявления, размещаемые через рекламную систему Xiaomi Ads.

«Мы не видели особого смысла искать пострадавших, так как доказать сам факт того, что именно из-за рекламы человек попал на мошеннический сайт, где его обманули, было бы почти невозможно», – заявили в АППСИМ

«К сожалению, в Xiaomi уделяют очень мало внимания модерации рекламы, в результате чего пользователи видят откровенно мошеннические объявления, ведущие на скам-ресурсы, на которых у пользователей обманом выманивают деньги, заставляя совершить платеж за несуществующую услугу», – отметили в АППСИМ.

Среди объявлений, например, была реклама с изображением президента России Владимира Путина с текстом: «Президент обязал «Газпром» выплатить от 45 000 каждому»; другое объявление с фотографией главы «Газпрома» Алексея Миллера и текстом: «А. Миллер рассказал о возможности получения дохода для граждан РФ. Узнай, как начать зарабатывать».

Такие объявления ведут на фишинговый сайт, где пользователя под разными предлогами просят ввести данные банковской карты,



например для оплаты госпошлин или услуг юриста. Заплаченные деньги уходят в карман злоумышленникам, а доверчивые граждане не получают обещанных выплат, добавили общественники.

В ассоциации также отметили, что был зафиксирован и другой тип рекламы, которая имитировала системные оповещения смартфона. Например, реклама, на обложке которой написано: «Внимание. Найдено 99 угроз на телефоне. Игнорировать. Очистить». Вне зависимости от того, на какую кнопку нажать, пользователя все равно переводило на страницу Google Play, где можно скачать приложе-

ние, которое должно «защитить» его от опасности.

По словам руководителя компании «Интернет-розыск» Игоря Бедерова, такая мошенническая реклама показывает себя «достаточно эффективно».

«Я лет пять наблюдаю за развитием мошеннической схемы с выплатами и компенсациями якобы от государства. Люди продолжают верить в то, что им кто-то даст денег. Если в ковид, с его выплатами, это еще можно было объяснить, то про «дивиденды от «Газпрома» можно не мечтать. «Газпром» – это АО, которое платит только акционерам», – заключил Бедеров.

Также в АППСИМ рассказали о появлении в рекламной сети Xiaomi рекламы букмекерской конторы с текстом: «1000 р., 5000 р., 10 000 р. Сколько заработаешь ты? Забрать». В этом объявлении, по мнению общественников, усматриваются при-

знаки нарушения ч. 2 ст. 27 закона «О рекламе», согласно которой не допускается реклама «основанных на риске игр, пари в сети интернет».

По данным Минцифры, в России зарегистрировано 304 млн устройств мобильной связи, т. е. по два телефона на каждого жителя страны, включая грудных детей. При этом компания GS Group оценивает число активных смартфонов примерно в 100 млн штук. По оценкам «Т-Ж», на Xiaomi приходится 25%, т. е. владельцы около 25 млн устройств могут быть «потенциальными потребителями» рекламных предложений.

В АППСИМ напомнили, что до отключения рекламной сети Google Ads на YouTube регулярно появлялись аналогичные рекламные объявления. Тогда жалобы в ФАС на такую рекламу оказались неэффективными.

«В видеороликах, размещенных на сайте www.youtube.com, по ссылкам, указанным в обращении, отсутствуют какие-либо сведения о товарах и деятельности лиц, как объекте рекламирования, направленные на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к ним в целях продвижения на рынке. В этой связи указанные видеоролики, размещенные на сайте www.youtube.com, не отвечают законодательному понятию «реклама» и не являются рекламой», – ответили в марте 2020 г. в ФАС в ответ на жалобу АППСИМ в отношении рекламы в Google Ads, прокручиваемой на YouTube. А также порекомендовали пожаловаться в МВД на мошенническую рекламу.

В ассоциации пояснили, что в МВД не было возможности обратиться, так как для подачи заявления необходимо наличие пострадавшего, а их найти не удалось.

«Мы не видели особого смысла искать пострадавших, так как доказать сам факт того, что именно

из-за рекламы человек попал на мошеннический сайт, где его обманули, было бы почти невозможно», – заявили в АППСИМ.

МВД обязано реагировать на заявления граждан, но только если факт совершения преступлений будет подтвержден, тогда откроется уголовное дело, а если жертв преступления не будет, то дело может развалиться, рассказал глава «Интернет-розыска» Бедеров.

В МВД не ответили на запрос «Ведомости. Технологий и инноваций».

Спустя три года после подачи жалобы в ФАС против мошеннической рекламы в Google Ads в ассоциации «решили попробовать достучаться со второго раза до ФАС» и направили жалобу на рекламную сеть Xiaomi Ads: «Мы просили ФАС провести проверку компании Xiaomi из-за систематических нарушений в их рекламной сети в приложении «Очистка», направить им обращение о недопущении показа рекламы, нарушающей действующее законодательство РФ, и в частности закон «О рекламе».

В пресс-службе ФАС «Ведомости. Технологий и инновациям» рассказали, что в соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это информация, «распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему, его продвижение на рынке».

«Информация, которая не отвечает указанным признакам, не является рекламой независимо от того, стоит ли на ней пометка «реклама», – рассказали в ФАС, добавив, что обращение с жалобой на мошеннические действия в мобильном приложении Xiaomi Ads было перенаправлено в Генеральную прокуратуру РФ.

В АППСИМ заявили, что поддерживают решение ФАС перенаправить жалобу в Генпрокуратуру, так как «мошенников нужно наказывать в соответствии с действующим законодательством».

В ответ на запрос «Ведомости. Технологий и инноваций» в Генпрокуратуре сообщили, что обращение было перенаправлено в прокуратуру Москвы, запрос туда остался без ответа.

«Очень странный отказ ФАС, на наш взгляд, ведь эти объявления соответствуют всем признакам закона «О рекламе». Если что-то выглядит как реклама, через это продвигается какой-то интернет-ресурс и под этим объявлением стоит отметка «реклама», то какие еще нужны признаки?» – добавили в АППСИМ.

Руководитель рабочей группы Общественной палаты по защите прав пользователей в интернете Александр Малькевич уверен, что найти авторов мошеннических рекламных объявлений и наказать их ФАС не может, так как «эти люди чаще всего находятся за рубежом, многие на Украине, и это их война с нами».

«Рекламная сеть должна нести ответственность за тот контент, который она публикует. Видимо, ФАС не хочет сражаться с такими гигантами, но делать это нужно», – уверен он. По мнению руководителя Центра поддержки бизнеса «Профконсалт» Ивана Терешкина, под понятие «реклама» попадают только объявления электронных приложений, тогда как остальное можно назвать «платным размещением информации нерекламного характера».

«Среди представленных приложений можно обнаружить ненадлежащую рекламу, в частности она не должна вводить потребителя в заблуждение относительно объекта рекламирования – приложения «Память заполнена» и «Обнаружены угрозы», а также представлять собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, – букмекерской конторы», – отметил он.

Относительно показа указанных объявлений в рекламной сети Xiaomi Ads юрист порекомендовал общественникам «повторить свой запрос в ФАС для получения более соответствующих обстоятельствам ответных действий антимонопольного органа».

Нарушение закона «О рекламе» может повлечь наложение административного штрафа до 1 млн руб.

«Виновными признаются именно нарушители: если доказана вина сети за распространение недостоверной рекламы, т. е. сеть знала о ее незаконности, то наказывают именно ее за каждый случай, а разработчиков этих приложений – за само приложение, в котором есть незаконные элементы; все зависит от нарушений», – пояснил Терешкин.

Обращение в прокуратуру и правоохранительные органы в отношении «очевидно мошеннических предложений от лица широко известных корпораций» будет правильным шагом со стороны АППСИМ для защиты граждан от действий мошенников, уверен юрист.

«Правоохранительные органы могут привлечь к ответственности как самих рекламодателей, так и рекламораспространителя – включая административную и уголовную ответственность должностных лиц и блокировку интернет-ресурсов», – объяснил Терешкин.

В российском представительстве Xiaomi от комментариев отказались.

Бизнесу нужен IT-конвейер

Первый заместитель генерального директора «Группы Т1» Кирилл Булгаков – о том, как создать уникальный продукт в IT-индустрии, в интервью Роману Спавленко



ЕВГЕНИЙ РАЗУМНЫЙ / ВЕДОМОСТИ

Уход в 2022 г. многих зарубежных IT-игроков с российского рынка стал мощным стимулом для развития отечественной индустрии информационных технологий. Российские разработчики поставили цель – как минимум заполнить опустевшие ниши, как максимум – завоевать новые внешние рынки. Удовлетворить резко возросшие требования к объемам и скорости создания решений можно, только поставив разработку на конвейер. О том, как создать свою IT-фабрику и добиться успеха в автоматизации программного производства, рассказал первый заместитель генерального директора «Группы Т1» Кирилл Булгаков.

– Вы сделали платформу для разработки оригинального программного обеспечения. Какой была история ее создания?

– Появление платформы – результат работы команды, которая имеет опыт реализации проектов по заказной разработке

программного обеспечения для крупного бизнеса, в основном из банковской сферы. Это были очень масштабные и емкие с точки зрения инвестиций проекты, в которых принимало участие более 1000 специалистов. В каждом случае приходилось с нуля создавать продуктовый конвейер, связывая все элементы процесса методологией. Ключевые потребности закрывались доступными на рынке решениями, такими как Jira или Confluence. Но по целому ряду продуктов, где предложений не было, их приходилось создавать самостоятельно. Закончив проект, мы приступали к новому у другого заказчика и строили там конвейер из похожего набора инструментов.

Несколько лет назад наша компания созрела для того, чтобы упаковать опыт и успешные внедрения в продукт – платформу «Сфера». Часть инструментов мы вывели на рынок еще в 2020–2021 гг., более масштабные элементы планировали закончить до 2025-го. Однако весной прошлого года

пришлось ускориться и выделить дополнительные ресурсы. Полная линейка решений будет представлена уже в течение первой половины 2023 г. Предложение оказалось очень своевременным – сейчас на «Сферу» очень большой спрос.

– То есть у Т1 появилась потребность в создании платформы «Сфера» из-за запроса клиентов?

– Наша команда на протяжении 20 лет занималась сервис-системами и системами управления отношениями с клиентами. Внедряли преимущественно зарубежные решения, и в какой-то момент стало очевидно, что мы знаем продукты, пожалуй, не хуже вендоров. Как только у нас появились амбиции победить IT-гигантов и возможности инвестировать в создание собственных решений, мы это сделали без привязки к процессу импортозамещения. А со временем стало ясно, что это задача национального масштаба, обеспеченная ресурсами самого бизнеса и поддержкой со стороны государства.

Когда у тебя есть команда, которая хороша в своем деле, наработала солидную экспертизу, пусть и на другом продукте, появляется новая мотивация. «Я знаю, как с помощью IT-инструментов извлечь максимальную выгоду и как при этом сэкономить выделенный IT-бюджет», – мыслит практик. Традиционно на лицензии западных вендоров приходилось от половины до двух третей всех затрат на проект. А на само внедрение оставалась «бедная треть», в которую и пытались уложиться. Изменить это распределение тоже было важным стимулом.

Крупнейшие заказчики – банки, госкомпании, нефтяные предприятия – тратили до последнего времени на лицензионные выплаты иностранным поставщикам сотни миллионов, а то и миллиарды рублей ежегодно. Этим сумм, в принципе, хватило бы на разработку подобного решения с нуля. Но тут, конечно, возникает ряд вопросов: насколько ты эффективно можешь организовать подобный процесс, хватит ли тебе опыта и понимания, как это сделать лучшим образом.

На сегодня в «Сферу» вложены тысячи человеко-лет.

Костяк команды составляют талантливые архитекторы, у которых за спиной серьезный послужной список. <...> Кроме того, подросло поколение очень компетентных менеджеров. Было видно, как они росли в области информационных технологий: уровень знаний и навыков людей в этой сфере 20 лет назад и сейчас – небо и земля

ВЕДОМОСТИ ИННОВАЦИИ
И ТЕХНОЛОГИИ

Рекламно-информационное издание
«Ведомости. Инновации и технологии»
(vedomosti.ru/technologies)

№ 1 (7)
дата выхода в свет 29 марта 2023 г.

Редакция газеты «Ведомости
Инновации и технологии»
И.о. главного редактора
Иванов Максим Владимирович
Выпускающий редактор
Иван Чеберко
Фоторедактор Дарья Уланова
Дизайн Евдокия Красовицкая
Коммерческий директор
Мила Макарова

Клиентская служба
Наталья Малова
Координатор печати
Татьяна Бурнашова
Учредитель и издатель
АО «Бизнес Ньос Медиа»
Генеральный директор
АО «Бизнес Ньос Медиа»
Михаил Нелюбин

Адрес редакции
127018, Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1,
пом. I, этаж 2, ком. 21
Тел. редакции (495) 956-24-43,
факс (495) 956-07-16
Тел. комм. служб (495) 232-91-78,
факс (495) 232-92-59

Адрес учредителя и издателя
127018, Москва, ул. Полковая, д. 3,
стр. 1, пом. I, этаж 2, ком. 21
Зарегистрировано
в Федеральной службе по надзору за
соблюдением законодательства в сфере
массовых коммуникаций и охране
культурного наследия
(Свидетельство ПИ № ФС77-78903
от 28 августа 2020 г.)
Все права защищены ©2023,
АО «Бизнес Ньос Медиа»

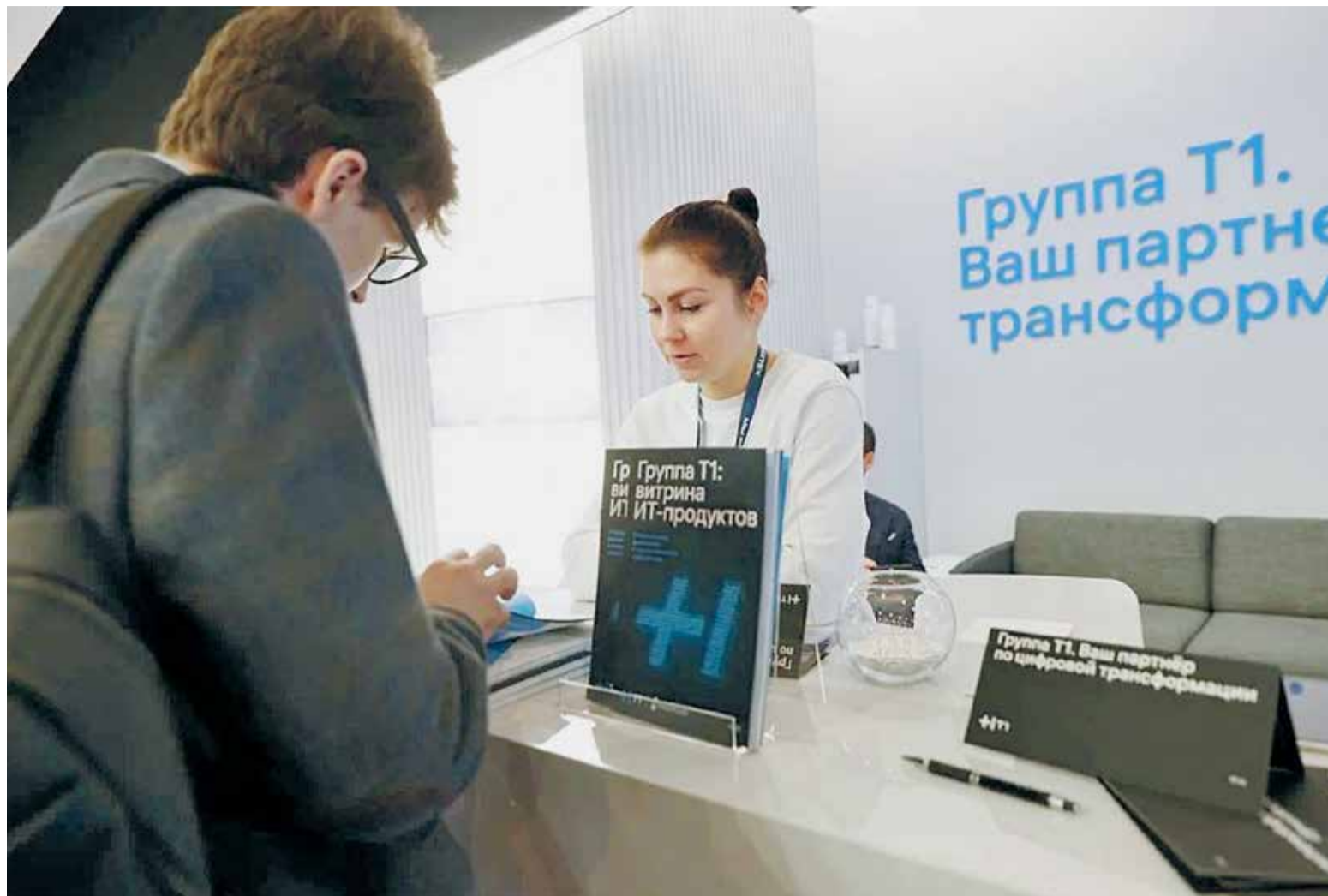
Любое использование материалов
издания, в том числе в электронном виде,
допускается только с согласия
правообладателя

Отпечатано
ОАО «Московская газетная
типография», 123995, г. Москва,
улица 1905 года, дом 7, стр. 1

Тираж 47 000 экземпляров
Цена свободная
Возрастное ограничение: 16+

**ПЛАТФОРМА
«СФЕРА» СОЗДАНА
РАЗРАБОТЧИКАМИ
ДЛЯ РАЗРАБОТЧИКОВ**

К ее созданию «Группа Т1» приступила в конце 2020 г. Сегодня платформа включает около 40 инструментов, которые управляют жизненным циклом технологического продукта – от появления идеи до внедрения и эксплуатации. Они закрывают практически все потребности команд, в том числе в инструментах для проектного управления, работы с бэклогом, тестирования, мониторинга, позволяя бесшовно переходить от одного этапа к другому.



ГРУППА Т1

– Как и где вы искали разработчиков «Сферы», учитывая, что опыта создания подобных платформ в стране нет?

– У нас сильные кадры. Костяк команды составляют талантливые архитекторы, у которых за спиной серьезный послужной список. Они пришли после института разработчиками, и им хватило задора и таланта, чтобы профессионально вырасти. Кроме того, подросло поколение очень компетентных менеджеров. Было видно, как они росли в области информационных технологий: уровень знаний и навыков людей в этой сфере 20 лет назад и сейчас – небо и земля. Что, в принципе, понятно – IT-игроки того времени ориентировались на поставки «железа». Очень мало было компаний, которые брались что-нибудь внедрять. Очень мало было заказчиков, которые решались на масштабные проекты собственными силами.

Параллельно с технической командой развивалась группа методологов. У последних была важная цель: описать процессы с точки зрения бизнеса и убедиться, что они реализованы с опорой на бенчмарки. Например, указать, что для разработки программного продукта по Agile-методологии нужно столько-то человек, объединенных в такие-то команды.

– Что в разработке «Сферы» было наиболее сложным?

– Создать методологию – набор артефактов, – которую можно использовать в отрыве от той команды, которая ее уже наработала. С кодом это происходит довольно легко: он написан, вот инструкции – пользуйся. С методологией не такая очевидная история. Над ней мы работали больше всего, чтобы открыть клиентам и партнерам, продвигающим платформу, методологические результаты.

– Как вы оцениваете потенциальный рынок платформы «Сфера» и ниши каких иностранных вендоров планируете занять?

– Крупнейшие компании отечественного рынка – и государствен-

ные, и негосударственные – занимаются разработкой ПО и инвестируют в создание внутреннего IT-конвейера суммарно сотни миллиардов рублей в год. Однако сейчас эти траты во многих случаях жестко регулируются с точки зрения происхождения ПО. Вот уже и целевой рынок.

Среди потенциальных клиентов также профессиональные IT-игроки, которые создают ПО в интересах других заказчиков либо просто разрабатывают собственные продукты. С них, конечно, спрос за использование зарубежного софта в большинстве случаев не такой строгий, но и они всё более внимательно относятся к выбору инструментов, особенно если пишут продукты информационной безопасности. Так возникает рынок на пару сотен миллиардов. Рынок достаточно большой и интересный.

– Прикладное ПО, как правило, имеет отраслевую специфику. В каких отраслях вы видите применение «Сферы»? Вы можете назвать знаковых пользователей «Сферы»?

– Клиентами являются те заказчики, которые могут себе позволить вести разработку собственного ПО. А это практически весь крупный бизнес страны, включая основные госкорпорации. Также потенциальные заказчики есть в сфере финансов, страхования, транспорта, розницы и госуслуг. Кроме них крупнейшие игроки в промышленности, в оборонной индустрии. Трудно придумать отрасль, где наша платформа не нужна.

– Ценность любого продукта в так называемом УТП (уникальном торговом предложении). Что в «Сфере» уникального, чего не было у иностранных сервисов, которые вы сейчас замещаете?

– Мы видим несколько важных технологических особенностей, которые дают «Сфере» конкурентные преимущества. Во-первых, широкая функциональность. Во-вторых, методологическая обвязка. Клиент получает не просто инструмент, а инструмент с идеями по его приме-

нению. Хотя за методологию заказчики у нас пока платить не привыкли, мы все равно готовы вместе с продуктом давать ее элементы.

В-третьих, платформенность. Ее пользователи могут получить мощный синергетический эффект от применения взаимосвязанных инструментов в процессе управления разработкой и эксплуатацией ПО. Все функциональные модули разработаны по лучшим мировым практикам и являются полноценными аналогами продуктов ушедших вендоров.

Еще одна особенность «Сферы» заключается в том, что при ее создании мы опирались на подходы No-Code и Low-Code: разработанное ПО заказчик может эксплуатировать небольшой командой, которой не нужна сверхвысокая квалификация.

– Если говорить о стоимости услуги (в случае дистрибуции по схеме SaaS) или продукта (on-premise), «Сфера» дешевле иностранных аналогов?

– Тарифная политика максимально прозрачна, чтобы заказчику не приходилось в течение срока действия контракта доплачивать из-за неверных расчетов на старте. У нас не было задачи по умолчанию сделать цены в разы ниже, но «Сфера» точно не дороже, чем продукты наших зарубежных коллег.

– Вы упомянули, что «Сфера» необходима для управления жизненным циклом создаваемого ПО. Означает ли это, что ваши контрагенты не смогут отказаться от платформы при использовании своего программного обеспечения?

– Мы принципиально не делаем vendor-lock: инструменты имеют открытые API и доступны для приобретения по отдельности. Это означает, что заказчики могут просто внедрять их в текущий IT-ландшафт, как элементы конструктора легио.

– Эффективность любого внедрения оценивается прежде всего экономическими показателями. Вы можете сказать вашим потен-**циальным заказчикам, как изменится экономика их бизнеса с внедрением «Сферы»?**

– Со «Сферой» у компании сильно расширятся возможности, за счет удобной организации процессов результат достигается оптимальным образом – делать качественный продукт можно бюджетно и быстро.

– Если бы не изменение геополитической обстановки и последующее введение санкций в отношении России, вы бы взялись за создание «Сферы»? Она бы нашла свое место на рынке, где присутствуют иностранные конкуренты?

– Повторю, что проекту уже несколько лет. Изменение обстановки только подстегнуло спрос и вынудило скорректировать планы по выходу на рынки. Все это время для нас было важно сравнивать наш продукт с аналогами, и, кстати, не важно из какой страны, чтобы делать его конкурентоспособным.

– Какое будущее у вашего проекта?

– У «Сферы» есть дорожная карта, рассчитанная на пять лет. Следующим этапом, до которого еще правда, надо дорасти, может стать выпуск созданных на основе платформы прикладных, в том числе отраслевых, решений. Не исключено, что их развитие будет отдано на откуп партнерам. Так действуют все крупные вендоры, разрабатывающие конкурентоспособное ядро и предоставляющие другим компаниям возможность создавать кастомизированные решения на его основе.

С финансовой точки зрения на ближайшие три года есть понятный пул заказчиков. Среди них государственные и частные корпорации, а также готовые вступать в масштабные проекты игроки среднего бизнеса. Число партнеров будет только расти параллельно с укреплением бизнес-команд менеджерами нового типа. Эти люди научились эффективно управлять проектами с помощью цифровых инструментов и умеют рационально распоряжаться бюджетами. –

Параллельно с технической командой развивалась группа методологов. У последних была важная цель: описать процессы с точки зрения бизнеса и убедиться, что они реализованы с опорой на бенчмарки

Инновационная замена

Ксения Чемоданова

Как национальный проект «Цифровая экономика» стимулирует развитие IT-отрасли в России. Какую поддержку от государства могут получить IT-разработчики

IT-индустрия и интернет начинались в России как эксперимент энтузиастов в нескольких научных центрах – математическом отделении Академии наук и Курчатовском институте. Пространство для творчества, созданное руководителями этих организаций Евгением Павловичем Велиховым и Алексеем Борисовичем Жижченко, дало старт российским IT. Кто тогда мог представить, что за такой короткий по историческим масштабам срок IT-индустрия вырастет в силу, повсеместно меняющую нашу жизнь.

С тех пор в России появились собственные сильные технологические IT-компании – национальные чемпионы. Мы одна из немногих стран мира, которая имеет свои поисковые сервисы. В России национальные социальные сети всегда имели больше пользователей, чем иностранные. У нас есть свои картография, антивирусы, интернет-торговля – и все они удерживают лидерство в своих сегментах. И эта тенденция сохранится.

Несмотря на сложную геополитическую ситуацию, развитие IT-индустрии в России продолжается стабильными темпами. Даже в первой половине прошлого года, когда были введены беспрецедентные ограничения в отношении РФ, крупнейшие российские IT-компании продемонстрировали значительный рост выручки – почти на 60% в сравнении с аналогичным периодом 2021 г., по данным SNews Analytics.

Одним из ключевых факторов роста является развитие человеческого капитала в IT-секторе. На сегодняшний день основными вызовами являются повышение квалификации кадров и развитие их профессиональных навыков, в том числе в области новых технологий, таких как искусственный интеллект (ИИ), блокчейн, Big Data и др. Также важный элемент успеха – мотивация и поддержка высококвалифицированных специалистов, которые являются движущей силой инновационных проектов. В 2022 г. средняя зарплата IT-специалистов в стране увеличилась на 16,4% (примерно на 17 500 руб.) относительно предыдущего 2021 года и составила 124 300 руб., по словам заместителя председателя правительства Дмитрия Чернышенко.

Развитие человеческого капитала и отечественной IT-индустрии в целом – это сложный и многогранный процесс, требующий комплексного подхода и постоянной работы.

Для этого еще в 2019 г. стартовал национальный проект «Цифровая экономика», инициированный президентом России Владимиром Путиным. Отечественные IT-компании имеют право на налоговые послабления, налоговые и кредитные средства на льготных условиях. Помимо этого власти поощряют развитие отрасли за счет формирования повышенного спроса на отечественное ПО. В частности, правительство обязало предпринимателей полностью отказаться от использования иностранных технологий на значимых объектах



АНДРЕЙ ГОРДЕЕВ / ВЕДОМОСТИ

21,5 млрд руб.

ПРАВИТЕЛЬСТВО РФ
НАПРАВИЛО НА ПОДДЕРЖКУ
IT-ОТРАСЛИ ИЗ РЕЗЕРВНОГО
ФОНДА В 2022 Г.

во второй части программы. В рамках «Старта-2» компания может получить уже до 8 млн руб. гранта. Вторая часть программы представляет собой подготовительный этап к коммерциализации НИОКР. Фонд проводит целевые конкурсные отборы как для разработчиков ПО по широкому спектру направлений (по федеральному проекту «Цифровые технологии»), так и для команд, работающих в области ИИ (по федеральному проекту «Искусственный интеллект»).

Также благодаря национальному проекту «Цифровая экономика» для IT-разработчиков доступна бесплатная программа акселерации «Спринт» ФРИИ. Присоединиться к обучению могут компании, которые разрабатывают решения в сфере новых коммуникационных интернет-технологий, в том числе продукты для управления контентом, обработки данных и онлайн-обучения. Программа реализуется ФРИИ при поддержке Минцифры России. Она рассчитана на 12 недель, в течение которых эксперты ФРИИ помогут участникам доработать их решения и найти новые клиентские сегменты. Цель акселерации – ускоренное развитие российских IT-компаний. Программа ориентирована на развитие продаж – то, что помогает бизнесу окупать свои затраты и развиваться. В акселераторе «Спринт» команды получают доступ к бизнес-экспертизе, которую не дают гранты или льготы.

С 2021 г. по программе государственной поддержки проведено

критической информационной инфраструктуры до 2025 г.

«За короткий срок России предстоит создать и вывести на новый уровень собственные критически важные технологии в микроэлектронике, IT, промышленности, транспорте, разработке лекарств и новых материалов, в других важнейших отраслях, чтобы обеспечить технологический суверенитет, независимость в производстве любой критически важной для нас продукции», – подчеркнул Путин в ходе выступления на Дне науки в феврале 2023 г.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД

По национальному проекту «Цифровая экономика» отечественные IT-проекты могут получить прямую финансовую помощь от государства. Речь идет о выделении грантов компаниям на разработку, внедрение и даже продвижение отечественных IT-решений. Распределение грантов происходит через следующие фонды: Российский фонд развития информационных технологий (РФРИТ), «Сколково» и Фонд содействия инновациям (ФСИ). Также Фонд развития интернет-инициатив (ФРИИ) проводит набор предпринимателей на бесплатную программу ускоренного развития IT-бизнеса «Акселератор «Спринт».

Ключевая цель национального проекта «Цифровая экономика» – обеспечить ускоренное внедрение цифровых технологий и платформ в экономике и социальной сфере, преимущественно на базе отечественных разработок. Для этого в стране создается информационная инфраструктура, ведется подготовка квалифицированных кадров, перестраивается система государственного управления, государственные услуги переводятся в электронную форму, появляются условия для развития высокотехнологического бизнеса.

Только в 2022 г. правительство РФ направило 21,5 млрд руб. из резервного фонда на поддержку IT-отрасли. Две трети этой суммы, 14 млрд руб., пошли на увеличение максимального размера грантов по федеральному проекту «Цифровые технологии» нацпроекта «Цифровая экономика», которые предоставляются разработчикам для реализации проектов и компаниям – на цифровую трансформацию и внедрение цифровых решений. Согласно утвержденным поправкам в постановление № 550, увеличен и

объем грантового финансирования проектов в области разработки отечественных IT-решений с 50 до 80%.

Одним из фондов, которые предоставляют поддержку отечественным IT-проектам по национальному проекту «Цифровая экономика», выступает «Сколково». Фонд оказывает содействие по внедрению новых, ранее коммерчески не использовавшихся цифровых решений. Таким образом, претендовать на грант компании могут вне зависимости от степени инновационности их деятельности. Получатели финансовой помощи, компании – заказчики российских IT-решений, определяются по итогам конкурсного отбора, который проводит фонд «Сколково» на ежегодной основе. Отбор предполагает комплексную оценку проектов по внедрению цифровых технологий в производственной или операционной деятельности компании, в том числе оценку экономической эффективности, потенциала тиражирования, инновационности

По национальному проекту «Цифровая экономика» гранты предоставляются как на разработку, так и на внедрение и даже маркетинговое продвижение проекта. Господдержка IT-отрасли в рамках инициативы создает условия для высокотехнологического бизнеса, повышает конкурентоспособность страны на глобальном рынке и укрепляет национальную безопасность

и конкурентоспособности решения. Среди участников программы встречаются как промышленные предприятия, желающие повысить эффективность своего производства за счет применения передовых разработок, так и предприятия из сфер здравоохранения, образования, сельского хозяйства и др. В результате мера поддержки помогает одновременно как заказчикам отечественных IT-продуктов, так и разработчикам.

Кроме того, по нацпроекту IT-предприниматель может подать заявку на получение гранта и во ФСИ. Поддержка предоставляется проектам на любой стадии развития, самой массовой программой с точки зрения поддержки стартапов является «Старт». На первом ее этапе можно получить грант до 4 млн руб., который выделяется на научные и экспериментальные исследования, оценку рисков проекта в целом и перспектив продукта на рынке. В случае успеха проекта разработчик может принять участие

шесть конкурсных отборов, подано 1044 заявки на участие из 72 регионов, акселерационную программу «Спринт» прошли 264 компании.

Стоит отметить, что грант можно получить не только на подготовку и внедрение IT-разработки, но и на маркетинговое продвижение проекта. РФРИТ поддерживает грантополучателя на всех стадиях проекта – от создания решения и его доработки до внедрения и последующего продвижения на отечественном и зарубежных рынках. Более того, сотрудники обеспечивают консультационную и информационную поддержку, подают предложения по улучшению проектов, а также проводят разъясняющие вебинары по процедуре приема и рассмотрения заявок на гранты.

За четыре года работы фонд поддержал более 140 проектов. Чтобы увеличить число претендентов на получение грантовой помощи, был изменен механизм получения поддержки. Была упрощена процеду-

ра конкурсного отбора, грантовое финансирование выросло до 80% от сметы проекта, а максимальный размер гранта увеличен с 300 млн до 500 млн руб. Изменения позволили сформировать воронку проектов в 6 раз больше предыдущих показателей. Таким образом, с момента старта нового конкурсного отбора на разработку перспективных отечественных решений в области информационных технологий в РФРИТ было подано более 1259 заявок.

Помимо выделения гранта на саму разработку и ее внедрение фонд обучает IT-компании упаковывать свой продукт для продвижения на топовых интернет-площадках и возмещает расходы на рекламную кампанию (до 80%). За неполные полгода действия программы более 100 компаний возместили расходы на рекламу своих IT-решений на сумму порядка 55 млн руб.

Одним из получателей грантовой поддержки РФРИТ по национальному проекту «Цифровая экономика» стала компания Renga Software (совместное предприятие компании «Аскон» и фирмы «1С»). Компания занимается разработкой программных продуктов для проектирования зданий и сооружений в соответствии с технологией информационного моделирования (Building Information Modeling, BIM). Технология включает в себя информационное моделирование зданий, процесс, в результате которого формируется информационная модель здания (сооружения), при этом каждой стадии жизненного цикла здания соответствует модель, которая отображает объем обработанной на этот момент информации (архитектурной, конструкторской, инженерной, технологической, экономической).

Иными словами, BIM необходимо для более эффективного управления данными для упрощения этапов возведения и эксплуатации любого здания, а также увеличения срока его службы, объяснил генеральный директор компании Renga Software Евгений Шувалов. По его словам, на сегодняшний день более тысячи организаций являются пользователями ПО Renga.

«Продукт нашей компании способствует цифровизации строи-

тельной отрасли, чтобы проектирование всех объектов капитального строительства начиналось с создания информационной модели. При этом грантовая поддержка РФРИТ позволила ускорить создание новой функциональности для работы над BIM-моделью в режиме реального времени (real time collaboration). Это очень важный функционал, такого в BIM еще никто не делал до нас», – отметил Шувалов. Более того, компания и дальше продолжит сотрудничество в рамках проекта «Цифровая экономика». В частности, Renga Software собирается подать заявку на грант на возмещение расходов на рекламу по продвижению своего IT-продукта.

Комплексная поддержка отечественных IT-разработок необходима для обеспечения технологического суверенитета страны и ускоренного внедрения цифровых технологий и платформ в экономике и социальной сфере. Это выступает ключевой целью национального проекта «Цифровая экономика».