



УДК 339.13.024:339.138+008.2+004

Волков В. А.

СТАРТАП “ОБЪЕКТ X”: ОЧКИ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ – АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ФОРМАТ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В настоящее время мы думаем, каким же будет будущее? В данных материалах предлагается концепция разработки Очков Будущего (очков дополненной реальности) путем совмещения смартфона, очков и интеграции устройства с технологиями социальных сетей. Проведем параллели между персональным компьютером (ПК) и предлагаемым устройством.

Устройство из смартфона и Очков обозначим «Object X». Смартфон – устройство, исполняющее функции Системного Блока, которое так же в себе совмещает процессор, материнскую плату, ОЗУ, SSD, GPU, т.е. все то, что имеют обычные смартфоны. Второстепенная и в тоже время фантастическая технология обоих устройств - это всем известный QR-CODE, только в данном случае он не совсем обычный. Его уникальность заключается в том, что предлагаемый QR- код связывает устройства между собой, функционируя по подобию голографического прицела, реагируя на тепло. Какое именно устройство будет реагировать на этот датчик? Очки! Очки – это своего рода «глаза» этого устройства, другими словами - прозрачный монитор компьютера.

Предлагаемая мною разработка является последователем разработки корпорации Google - очков «GoogleGlass» (Напомню, что Google Glass – это гарнитура для смартфонов: нательный компьютер с прозрачным дисплеем, который крепится в оправе на голову. Концепция Google Glass реализовывает одновременно три отдельные функции, сведя их воедино: дополненную реальность, мобильную связь и интернет, видеодневник [1].) Однако отличие и преимущество «Object X» заключается в том, что операционная система базируется на социальной сети, а главная часть при создании этого устройства – это программная составляющая.

Спектр применения «Object X» очень широк. Социальная сеть в будущем будет еще более развитой, ее интеграция с поисковыми системами может привести к их вытеснению [2; 3]. Предполагается, что в социальных сетях появятся элементы дополненной реальности. Страница со своим ID будет становиться «интернет-лицом» каждой личности. Это будет существенно способствовать росту спроса на предлагаемую мною разработку инновационных очков. Например, удобно в повседневной жизни и бизнесе мгновенно, непосредственно в момент первого контакта узнавать, что из себя представляет тот или иной человек, и примерно понимать, с кем ты имеешь дело.

С другой стороны, если человек забудет свой смартфон дома, синхронизация его телефона с очками будет происходить по wi-fi или любой другой сети (подобная технология используется у Sony, под именным кодом PlayStation Remote). Это позволит использовать большую часть функций телефона на расстоянии.

Также разработка будет полезна в образовательных целях. «Object X» может быть использован в виде программного устройства в образовательной деятельности, например, преподавателями. Они смогут запрограммировать то или иное задание в виде QR-CODE. В этом случае ученикам не придется отправлять на почту домашнюю работу или переписывать лекции, которые они пропустили, потому что вся информация будет доступна с помощью QR-CODE. Также не потребуется



ученикам приобретать учебники. Сохранив информацию на SSD смартфона, можно в будущем будет просматривать ее даже тогда, когда рядом не будет сети. Таким образом предлагаемый инновационный проект очков «Object X», которые считывают информацию, могут выполнять функции экрана, также как и смартфон.

В реальной жизни реклама на столбах, на стендах, билбордах информационно загрязняет внешний вид города, портит впечатление о нем и, по моему мнению, мешает человечеству. Поэтому предлагаемое мною устройство поможет очистить от такого некрасивого «недуга» целые города и страны. Во-первых, вешая только маленькие чипы QR-CODE, которые путем синхронизации по интернету могут передавать человеку всю интересующую ему информацию, мы очистим природу. Во-вторых, они заменят рекламу, которая будет демонстрироваться в очках, а не портить внешний вид города. В-третьих, такой вид передачи информации будет особо привлекать пользователей благодаря своей инновационности. В супермаркете, на каждом товаре, можно тоже использовать технологию очков с QR-Code, которая будет показывать ценник и данные, из каких ингредиентов состоит тот или иной продукт.

Возникает, безусловно, сложный вопрос, как же сделать так, чтобы общество восприняло эту инновацию? Я считаю, что люди не с первого же дня согласятся приобретать эту технологию. Для продвижения подобных разработок нужна качественная и интригующая реклама. Например, можно подарить инновационную разработку известной личности, для применения в повседневной жизни. Все остальное дело папарацци, которые будут выкладывать в сеть видео, фотографии с рекламируемым «Object X». Фанаты обязательно захотят повторить образ своего кумира. Например, Эштон Кутчер рекламирует Lenovo Yoga tablet, Криштиану Роналду – шампунь для волос, Лионель Месси – чипсы LAYS. Компанию, связанную с подобной нашему устройству сферой Monster Beats, рекламируют Дуэйн Джонсон, Лил Уэйн, Nicki Minaj в мире музыки. В нашем случае хорошая реклама - это слишком дорого, поэтому продукт будем просто дарить известным личностям. Таким образом, чтобы появился первый покупатель, потребители сначала должны посмотреть на людей, которые уже пользуются такими очками. Затем важно обеспечить появление в интернете отзывов первых пользователей и впоследствии и первых покупателей. Мне же, как разработчику, нужно сделать все возможное, чтобы удивить людей.

В дальнейшем при появлении достаточных финансовых возможностей эффективным инструментом продвижения нашего инновационного стартапа может стать приглашение сотрудника, который ранее работал в известных компаниях (например, Google, Yandex, Apple). Например, разработчик из Google Хьюго Барра, перешел в китайскую компанию Xiaomi, после чего эта компания заняла первое место в отрасли смартфонов на рынке Китая.

В моем понимании, предлагаемая разработка должна вытеснить с рынка такие социальные сети как: Vk, Instagram, Facebook, Twitter, Periscope. Эту разработку можно бесконечно дорабатывать, поэтому сегодняшнюю версию устройства можно называть beta, т.к. оно безгранично и бесконечно во всех сферах реальной жизни. Не смотря на то, что отправной точкой запуска «Object X» являются социальные сети, этим инновационным устройством можно уйти далеко за их грани.

Список источников (References)

1. Будик А. Очки Google Glass Enterprise Edition: в преддверии релиза [Электронный ресурс] / А. Будик // 3dnews. Digital Digest. – 2912. – Режим доступа : <http://www.3dnews.ru/925935>.



2. Рева О.В. Особливості маркетингових досліджень інструментами соціальних мереж в Україні / О.В. Рева, Н.В. Юдіна // Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики. Збірник наукових праць. - Випуск 3, 2013. – С. 160-166.
3. Юдіна Н.В. Футурологія бренд-менеджменту дистанційних курсів // Науковий вісник. – Одеський національний економічний університет. - №22 (201), 2013. – С. 119 - 128.

Одержано 19.05.2016