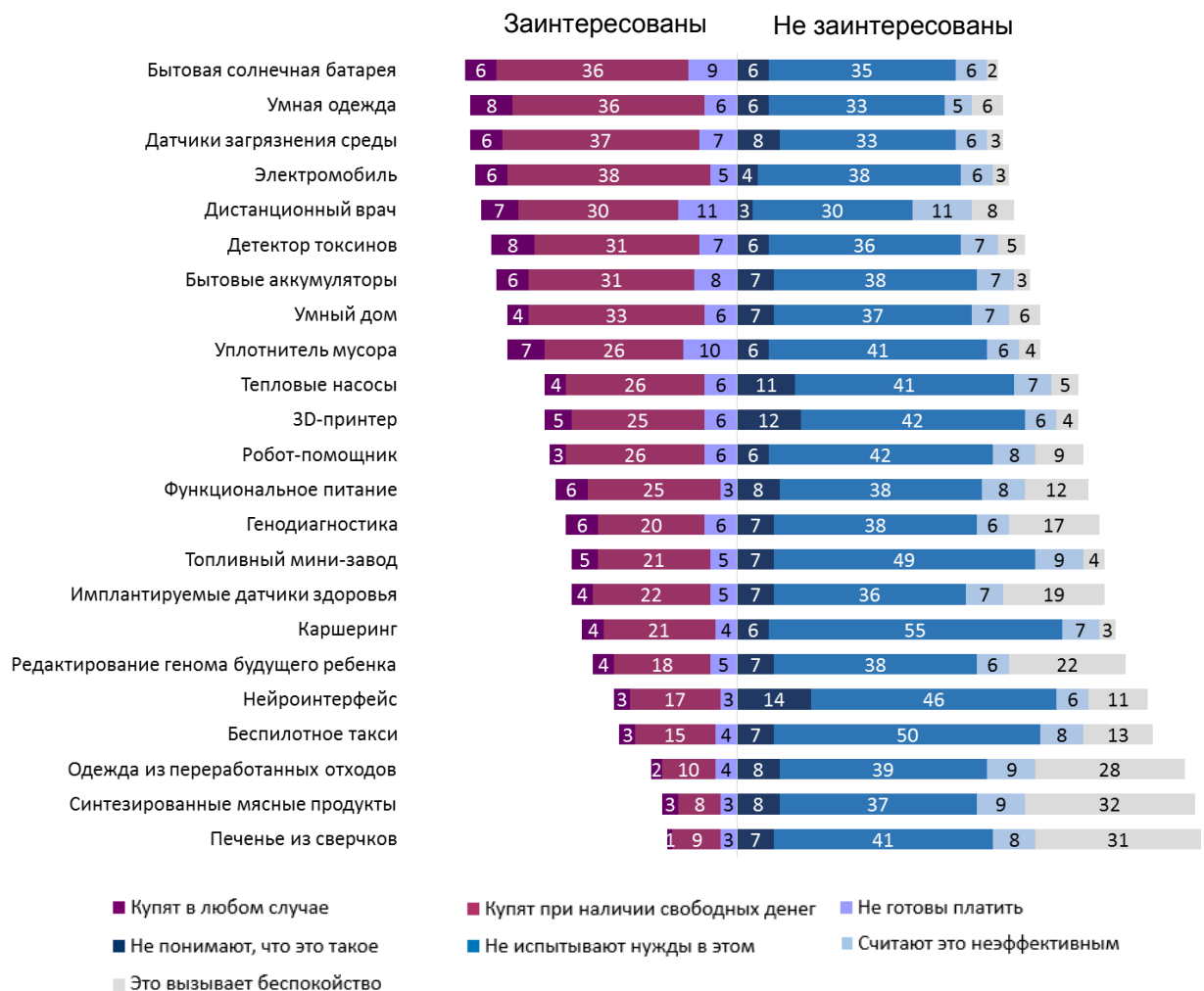


Социальный спрос на новые технологии

Далеко не все инновационные продукты становятся предметами повседневного обихода. Часто они оказываются невостребованными своими предполагаемыми пользователями. Это может происходить в силу различных причин: индивидуальных представлений о полезности, потенциальных рисков использования или же стереотипов, окружающих отдельные технологии. Примером здесь служит ситуация с генетически модифицированными продуктами, которые, как показывают международные исследования, вызывают недоверие и, как следствие, низкий спрос у значительной части общества. Закономерный вопрос состоит в выявлении приоритетов населения России в отношении технологических инноваций. Данные очередной волны Мониторинга инновационного поведения населения, который реализуется Институтом статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, позволяют оценить предпочтения граждан в отношении отдельных видов технологий (рис. 1).

Рис. 1. Социальный спрос на новые технологии

Вопрос: «Какими из нижеперечисленных товаров и услуг Вы хотели бы воспользоваться, если бы представилась такая возможность?» (% респондентов, без учета затруднившихся дать ответ на вопрос)



Оценка спроса россиян на новые технологии проведена на основании результатов массового опроса населения*, в ходе которого респондентам был задан ряд вопросов о желании воспользоваться определенной технологической новинкой. Перечень инновационных продуктов, представленных в анкете, был разработан на основании Прогноза научно-технологического развития Российской Федерации на период до 2030 года (утвержден Председателем Правительства РФ 03.01.2014 г. №ДМ-П8-5) и сгруппирован по семи направлениям: информационно-коммуникационные технологии, биотехнологии, медицина и здравоохранение, новые материалы и нанотехнологии, рациональное природопользование, транспортные и космические системы, энергоэффективность и энергосбережение. В рамках каждого из направлений представлены несколько товаров или услуг, которые могут быть использованы в повседневной жизни.

Результаты опроса показывают, что спрос россиян на новые технологии сравнительно невысок — ни одно из технологических решений не заинтересовало более половины опрошенных. Для сравнения, аналогичные исследования, проведенные в 2008 и 2010 гг., показали куда большую заинтересованность респондентов в технологических новинках (в среднем порядка двух третей опрошенных высказали желание воспользоваться сразу несколькими продуктами).

Наибольший интерес россияне проявили к таким технологиям, как бытовая солнечная батарея, устанавливаемая на крыше дома (51%), умная одежда, меняющая свои свойства в зависимости от погодных условий (50%), бытовые датчики загрязнения среды, предупреждающие о наличии вредных веществ в воздухе или воде (50%). Любопытные особенности наблюдаются в социально-демографических характеристиках потенциальных пользователей этих технологий**. Так, заметный интерес к солнечным батареям проявляют как респонденты, крайне позитивно оценивающие роль науки в современном обществе, так и те, кто имеет негативную позицию по этому вопросу. Напротив, среди потенциальных пользователей умной одежды оказались лишь «адепты науки», верящие в безоговорочную пользу научных исследований.

В свою очередь, наименее заинтересованы россияне оказались в использовании «эко-технологий»: одежды из переработанных отходов (16%), синтезированных мясных продуктов (14%) и питательного печенья из перемолотых в муку сверчков (13%). Основными причинами низкого спроса на эти продукты оказываются непонимание респондентами выгод от их использования в повседневной жизни, а также вызываемые ими чувства беспокойства и тревоги. Такие же опасения высказываются и в отношении медицинских инноваций (редактирование генома будущего ребенка — 22%, имплантируемые датчики здоровья — 19%, генодиагностика — 17%). Самыми же «бесполезными» с точки зрения россиян оказались новые технологии в сфере городского транспорта (каршеринг — 55% и беспилотное такси — 50%) и такое решение из сферы рационального природопользования, как биотопливный мини-завод (49%). Почти половина опрошенных мотивировала свой отказ от их использования тем, что не испытывают в них нужды.

В целом, собранные данные демонстрируют, что даже при наличии определенной заинтересованности в представленных технологиях среди них пока нет таких, которые можно было бы обозначить как безусловно востребованные россиянами. Ожидаемая «полезность» технологии также не всегда является решающим фактором для ее принятия населением. Многие перспективные решения не принимаются прежде всего в силу ограниченных доходов, а иногда и этических соображений.

* Опрос по репрезентативной выборке населения России, 1671 человек в возрасте 16 лет и старше.

** Рассчитаны на основании критерия хи-квадрат.



Источник: Мониторинг инновационного поведения населения, реализуемый в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ, 2015–2016 гг.

■ Материал подготовили **Ю. Л. Войнилов, К. С. Фурсов**

Данный материал НИУ ВШЭ может быть воспроизведен (скопирован) или распространен в полном объеме только при получении предварительного согласия со стороны НИУ ВШЭ (обращаться issek@hse.ru).

Допускается использование частей (фрагментов) материала при указании источника и активной ссылки на интернет-сайт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ (issek.hse.ru), а также на автора материала. Использование материала за пределами допустимых способов и/или указанных условий приведет к нарушению авторских прав.