



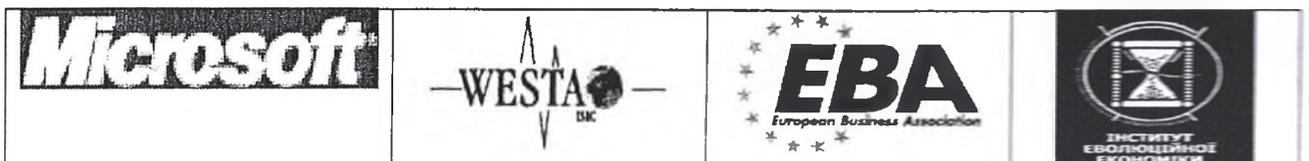
Міністерство освіти і науки України

gtz

Німецьке товариство технічного
співробітництва

„Шляхи застосування сучасних інтернет-технологій для інноваційних підприємств”.

**Олексій Дубинський, завідувач кафедри
медико-біологічної фізики та інформатики
Дніпропетровська державна медична академія**



м. Дніпропетровськ - 2009 рік



Активное развитие сети интернет в Украине продолжается. По данным компании BIGMIR-Internet в октябре 2009 г. аудитория украинского интернета составила более 13 миллионов человек. Ядро аудитории – более 2,4 млн. пользователей. Это на 30% больше чем в 2008 и в два раза больше чем в 2007 году.

Количество зарегистрированных доменных имен третьего уровня в домене .UA увеличилось с начала 2009 г. на 19,4% до 465 тысяч (доменов второго уровня – до 8 тыс.). Интернет превращается в важнейший канал коммуникации между бизнесом и потребителями и в один из ключевых инструментов повседневной деловой активности.

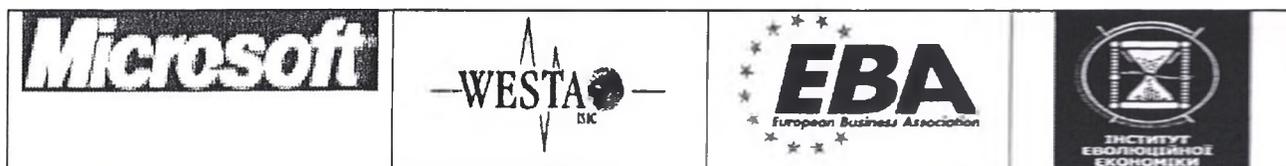
В этом докладе я хочу остановиться на нескольких важных технологиях, которые позволяют использовать новые возможности интернета для развития бизнеса, в первую очередь инновационного. К ним относятся:

- Простые системы управления содержанием интернет-сайтов
- Популярны социальные сети (web 2.0)
- Решения для проведения вебинаров и телеконференций

Тенденции развития бизнеса, ознаменовавшиеся еще в 80-х годах прошлого века внедрением подхода just-in-time (японское Kanban, поставки точно вовремя), нашли свое логическое завершение в принципе «сначала продажи, потом разработка». Ведущие западные консультанты в сфере инфобизнеса исповедуют и рекомендуют этот принцип для применения в условиях старт-апов, при создании новых инновационных проектов.

Важнейшим ключевым фактором для оценки перспективности старт-апа, инвестиционной привлекательности проекта является наличие рынка для будущих продуктов – множества заинтересованных потенциальных покупателей, которые выразили желание детально ознакомиться с товаром или сделать предварительный заказ. Именно интернет позволяет любому новому предприятию получить доступ к многотысячной аудитории потенциальных клиентов, причем стоимость серии контактов оказывается существенно ниже чем при использовании традиционных медиа.

Понятно, что традиционный подход к проектированию, разработке и созданию интернет-представительства в сети не адекватен специфике инновационных предприятий. Многомесячная процедура разработки сайта, тщательная проработка технического задания, работа над уникальным фирменным дизайном и т.п. – все что устраивает предприятия, работающие в неизменных условиях и абсолютно не подходит для старт-апов.





Необходимо обеспечить

1. быстрое создание сайта (не более нескольких дней)
2. возможность оперативного, немедленного изменения содержания сайта
3. обслуживание сайта силами сотрудника старт-апа
4. проведение гибких рекламных компаний (контекстная реклама)
5. оперативный анализ эффективности рекламы и заинтересованности пользователей

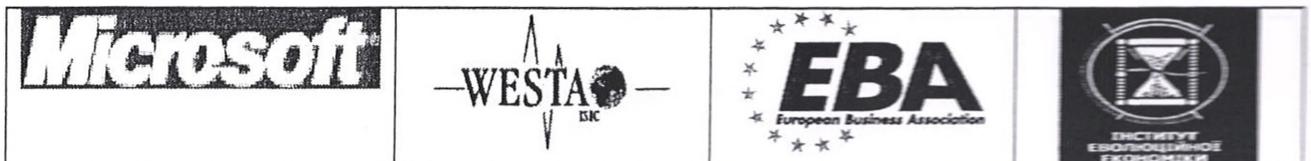
Разработанные в последние годы системы управления содержанием сайта (CMS – content management system) позволяют решить первые три задачи. Одной из наиболее легких в освоении и использовании является условно-бесплатная система CMSimple, которая переведена в том числе на украинский и русский язык и свободно доступна на сайте cmsimple.com

После несложной установки этой системы на сервер, наполнять ее актуальной информацией и обновлять содержание сайта после недолгого обучения сможет любой пользователь компьютера, имеющий опыт работы с Microsoft Office. Опыт использования этой CMS для создания сайтов кафедр вузов а также ее использование для деловых сайтов показывает, что управление сайтом теперь перестало быть сложной работой, требующей привлечения опытных программистов и системных администраторов.

Другая важная тенденция последних пяти лет развития интернет – это web 2.0 и в первую очередь социальные сети. Для многих миллионов пользователей именно социальные сети стали основным инструментом и местом общения в интернет. В украинском интернете сеть «вконтакте» уверенно удерживает первое место по количеству пользователей и числу просмотренных страниц.

Для b2c рынков именно социальные сети становятся удобным инструментом доступа к массовой аудитории. Согласно принципу web 2.0, пользователи сами указывают подробную информацию о своих интересах, склонностях и потребностях. Это позволяет гибко задавать аудиторию для рекламных кампаний и обращаться к четко заданному множеству пользователей. Таким образом можно оценить количество потенциальных потребителей и установить контакт с наиболее восприимчивой к инновациям частью аудитории – с теми, что может стать покупателем в первое время вывода продукта на рынок.

Здесь также не требуется наличие продукта для немедленной продажи. Более того, взаимодействие с покупателями можно ориентировать на





двухшаговые или многошаговые продажи, организовывать группы пользователей, приверженников торговой марки.

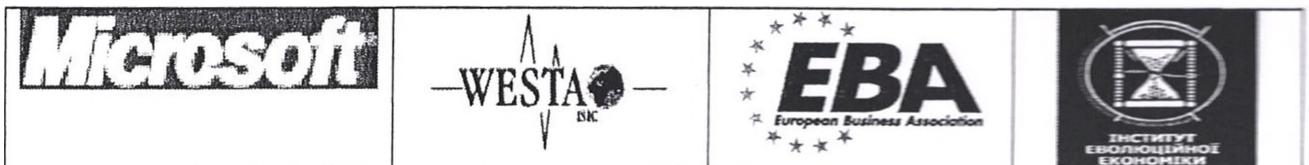
Мы проводили практическое исследование различных возможностей использования сети вконтакте, в частности для привлечения абитуриентов к поступлению в ДГМА, для поиска участников деловых тренинговых мероприятий. Эти возможности пополнили арсенал методов малобюджетного, так называемого «партизанского» маркетинга.

Третья ключевая тенденция развития интернета связана новыми возможностями проведения теле и видео конференций. Они вызваны ростом доли пользователей, имеющих скоростное широкополосное соединение. По данным опроса itc.ua половина (квалифицированных) пользователей интернета подключается из дома на скорости свыше 1 Мбит/с. Конечно, это не так много по сравнению с наиболее развитыми странами ЕС, так например в Швеции не так давно правительство объявило целью следующего десятилетия достичь скорости подключения 100 МБ/с для 90% домов.

Но и на уже достигнутых скоростях можно обеспечить полноценную голосовую и удовлетворительную видеосвязь в режиме конференций с большим числом участников. Именно такие аудио и видео конференции стали в последние годы точкой роста в сфере краткосрочного дистанционного тренингового обучения. Если несколько лет назад с этой возможностью были знакомы только пользователи англоязычных образовательных сайтов, то сейчас целый ряд тренинговых компаний активно использует видеоконференции на постоянной основе.

Видеопрезентации и короткие тренинги являются важными инструментами продвижения, продаж и послепродажной поддержки пользователей на b2b-рынках. Применение дистанционных средств позволяет существенно снизить стоимость проведения этих мероприятий и значительно расширить аудиторию участников. Именно эти возможности крайне необходимы инновационным предприятиям, которые предлагают сложные высокотехнологичные решения, которые обязательно требуют обучения персонала компаний-покупателей.

Если в прошлом для проведения видеоконференций требовалось использовать дорогостоящие аппаратные решения, то сейчас даже в стандартную комплектацию многих ноутбуков входит веб-камера, а мощности процессора достаточно для кодирования качественного аудио и видео сигнала в режиме реального времени. Вещание может быть организовано через одну из





многочисленных систем семинаров, например dimdim.com или с помощью сервиса видеовещания, например ustream.tv

В ДГМА накоплен значительный опыт как участия так и организации телеконференций. В Украине регулярно активно развивается направление телемедицины и дистанционного образования, проводятся события под эгидой Ассоциации развития украинской телемедицины и электронной охраны здоровья и Украинской ассоциации "Компьютерная медицина". В ДГМА налажена регулярная видеосвязь между Днепропетровском и Кривым Рогом, где расположены кафедры факультета последипломного образования. Планируется подключение и других городов области.

Для того, чтобы использовать эти новые возможности, которые открывают современные интернет-технологии перед инновационными предприятиями, считаем целесообразным решение таких задач:

1. Обеспечить обучение инноваторов, основателей стартапов и начинающих предпринимателей основам современных интернет-технологий. Познакомить с эффективными решениями по созданию и управлению информационными сайтами.
2. Обеспечить доступ к консультациям специалистов по продвижению в интернет и интернет-рекламе для b2c-рынков.
3. Развернуть сеть центров для организации и проведения всеукраинских презентационных телеконференций и обучающих семинаров с целью поддержки выхода новых предприятий на b2b рынки.

Мы готовы принять участие в решении этих актуальных задач.

