

Инфо-коммуникационные технологии в жизнедеятельности человека

Попков В.К



Основная цель



- Создание универсальной инфо - коммуникационная ИКТД (Т,У) - система для реализации потребностей человека и его семьи.
И – информация К – коммуникации
Т – транспорт Д – деньги
(Т – товар, У – услуги)

Описание проблемы



- **В электросвязи:** Систематическое запаздывание роста нагрузки от возможных емкостей современных сетей; не достаточно быстрый рост продаж от информационных и других услуг.
- **На транспортных сетях:** Перегрузки транспортных магистралей больших городов; отсутствие информационного обеспечения практически для всех водителей.
- **Торговля:** Малая эффективность рекламы; большие тарифы на аренду помещений; торговые площади удалены от жил. массивов; практически отсутствует заочная торговля и доставка на дом.
- **Услуги:** Отсутствует единая диспетчерская служба по представлению услуг; по рекламе трудно оценить качество; многие информационные услуги не возможно получить дистанционно.
- **Население:** Практически отсутствует свобода и доступность в выборе необходимой ему информации; большие затраты времени на поиск нужных ему вещей и услуг; справочные службы слабо развиты и мало доступны; практически отсутствует возможность трудоустроиться пожилым людям и инвалидам. Число проблем по последнему пункту потенциально бесконечно.

Что делать?



Создать новую инфо–коммуникационную технологию взаимодействия человека с окружающей средой с целью повышения эффективности удовлетворения самых разнообразных потребностей во всем спектре его жизнедеятельности.

Основная концепция



- Разработать проект электронного города, как части Гос. Проекта «Электронная Россия».
- В качестве основной среды передачи определить сеть «ИНТЕРНЕТ» на широкополосных каналах (как правило).
- В качестве прототипа базы данных развить идею «Виртуального города», фактически речь идет о создании **браузера** для «путешествия» как по ИНТЕРНЕТУ, так и по огромной сети Веб-камер реальных городов России и СНГ.

Обзор рынка



На сегодняшний день мы имеем:

- Большое число Интернет - магазинов, как правило далеких от пользователя.
- Большое число справочных систем местного значения.
- Большое число сайтов различных организаций и веб-странички частных лиц.
- Информационно – поисковые системы, для оказания услуг поиска нужной информации в сети Интернет.
- Электронные системы платежей различного типа, включая Интернет – кошелек.
- Очень много, игровых и других развлекательных сайтов.

Трудности и возможности



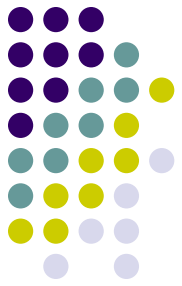
- Всего очень много и не удобно пользоваться.
- Нет системного подхода.
- Нет доверия к точности информации.
- Недостаточная «локализация» интернет – сервисов для конкретного потребителя.
- Довольно часто отсутствует актуализация баз данных.
- Имеются определенные риски при взаиморасчетах. Как правило, продавец не имеет физического адреса.
- Отсутствует возможность пообщаться с менеджером и экспертом.
- Нет обратной связи, реальной интерактивности процесса совершения сделки
- В Интернет – магазины заходят только при острой необходимости или из любопытства, от нечего делать. Не для покупок, а за доп.информацией и т.д.

Трудности и возможности



Таким образом, интернет остается привлекательным только для продвинутой молодежи, которая все еще может относительно хорошо ориентироваться в информационном пространстве сети Интернет.

В проекте предлагается концепция взаимной организации и управления инфосферы Интернета и реальных юридических и физических лиц с целью повышения качества жизни при одновременном сокращении расходов за счет оптимального поиска и доставки необходимых товаров и услуг



Технические задачи

1. Создание инфо-коммуникационной услуги способной существенно загрузить современные телекоммуникационные сети и разгрузки транспортных артерий города.
2. Создание дружелюбного интерфейса «человек» -«среда обитания».
3. Создание эффективной системы телеконференций между потребителем и производителем.
4. Создание надежной, удобной и гибкой электронной системы взаиморасчетов.
5. Возможно создание специальной приставки к телевизору для выхода на соответствующий интернет-портал. Т.е. организация работы с помощью «пары кнопок»



Орг. вопросы

Основная тяжесть проекта ложится на решение орг. вопросов. В частности:

- Создание компании ведущей проект.
- Согласование форматов и содержания со всеми «обитателями» Вебграда, от администрации реального города до любого юридического лица.
- Правовое обеспечение проекта.
- Создание устава и других документов для Ассоциации пользователей порталом «Вебград».
- Проведение эффективной рекламной компании.
- Создание новых технологий дистанционных продаж товаров и услуг

Концептуальная модель



- Система строится как современный виртуальный «**Мегаполис**» в котором его обитатели подчиняются общим законам, но самостоятельны в своей профессиональной деятельности.
- «Земля» в виртуальном городе принадлежит собственнику ОАО «**Вебград**», а законы устанавливаются городской думой, т. е. наиболее влиятельными лицами населяющие этот город.
- Основные средства взаимодействия: ПК, Вебкамеры, транспортные системы, электронные кошельки.
- Вся виртуальная деятельность реализуется непосредственно в **Вебграде**.
- Основные средства поддержки проекта: широкополосные каналы, наличие суперкомпьютерных центров, постоянно развивающееся программное обеспечение + коммерческий интерес непосредственных участников.



Предпосылки реализации

Сложилась благоприятное сочетание обстоятельств:

1. Наличие опытного коллектива специалистов в области IT – технологий.
2. Наличие супер - компьютерного центра для реализации данной задачи.
3. Нарастающее распространение широкополосных сетей абонентского доступа.
4. Нарастающий кризис классических Интернет услуг в связи с ограниченностью их возможностей в не виртуальном мире.
5. Потенциальная бесконечность в развитии и росте «Webgrada»
6. Использование проекта для резкого расширения Интернет-услуг. В результате чего происходит существенное повышение трафика у всех операторов и провайдеров, а также расширения рынка персональных компьютеров.

Этапы развития



Поэтапная реализация проекта предполагает:

1. Первоначально структура доходов аналогична Веб – проектам, а затем, предполагается иметь процент от сделок проводимых через Вебград, а также реализация собственных инфо - коммуникационных проектов.
2. Создание соответствующей городской инфраструктуры обеспечивающей максимальный комфорт для клиента и минимальное время реализации заказа.
3. В процессе реализации проекта добиваться максимального удешевление тарифов при внутригородском трафике, стоимости товаров и услуг при совершении «местных» покупок
4. Создание основного интерфейса ориентированного на определенную достаточно узкую группу клиентов, постепенно расширяя наполнение (набор сервисов и товаров) и, соответственно, «жителей» и «посетителей».

Требуемые ресурсы



- Портал «Вебгород» должен быть рассчитан на десятки тысяч посещений в сутки. Осуществлять как, on-line телеконференции, так и коммутировать клиента с исполнителем непосредственно.
- Персонал компании должен состоять из высококвалифицированных специалистов. Соответствующие городские предприятия связанные договорными обязательствами с компанией должны быть не только квалифицированными, но и дисциплинированными.
- Необходимое финансирование можно организовать через продажу акций. Поставка оборудования и изготовление программ возможна через местные организации. Рекламу надо проводить активно, по всем возможным каналам. При этом необходимо побеспокоится о том, что все посетители на разочаруются в посещении Вебгорода.
- Информационные ресурсы, их актуализация и форма подачи осуществляются «жителями» города. Которые несут ответственность за свою информацию. Структура размещения информации задается общими правилами.

Расходы:



- Разовые затраты:
 1. Изготовление портала.
 2. Приобретение СУБД.
 3. Специализированные программы и т.п.
- Текущие затраты:
 1. Провайдерам.
 2. Операторам связи.
 3. Реклама.
 4. Аренда оборудования и помещений.

Источники доходов:



1. Основная статья доходов – аренда площади (в условных единицах) на территории Вебграда. Здесь имеется ввиду площадь вертикальных объектов города. Кроме того, участки ранжируются по степени их информативной насыщенности и следовательно по стоимости. Например: «пассаж», «афиша», «витрина», «окно обслуживания», «помещение», «строение».
2. Сопутствующие статьи доходов – при совершении сделок через банк Вебгорода можно иметь процент со сделки. (Возможно эта статья может со временем окажется основной). Посетители города при длительном посещении оплачивают свое пребывание пропорционально времени посещения Вебгорода. Первые полчаса – час бесплатно.
3. Доходы от информационной, рекламной и другой деятельности осуществляющей компанией – Вебгород наряду (аналогично) с другими обитателями этого города.
4. Доходы от продаж и поддержки аналогичных Вебгородов в другие города России и СНГ.



Социальные эффекты от реализации проекта

1. Экономия времени, денег и нервов при поиске и покупке различных товаров.
2. Минимизация расходов на аренду офисов и торговых залов (место для продавца-консультанта и небольшой витрины).
3. Семья вместо изнурительного поиска нужной вещи по магазинам города делает это во время «путешествия» в Вебгороде.
4. Заказ выполняется транспортными компаниями Вебгорода с участием или без участия покупателя.
5. Организация большегрузных транспортных компаний для централизованной развозки товаров заказанных в Вебгороде, при этом нагрузка на транспортные магистрали города N-ска будет уменьшена, за счет увеличения трафика по сетям связи. Телеконференции тоже работают на это.

Социальные эффекты от реализации проекта



6. Увеличивается возможность резкого развития дистанционного обучения.
7. Увеличение числа рабочих мест для частных заказов. Офис в Вебгороде, а рабочее место дома оборудованное ПК с вебкамерой.
8. Функция единой справочной системы по всем вопросам, т.е. поиск и коммутацию клиента со специализированной справочной службой осуществляет соответствующая технология Вебгорода.
9. Использование банков Вебгорода для различных банковских операций.
10. Посещение кинотеатров, цирка, театров, филармоний как реальных (через вебкамеры), так и виртуальных (в обоих случаях Вас не мучает реклама).

Что может быть интересным и полезным в Вебгороде и его окрестностях.



- Не обычный дизайн. Город на холмах. Обязательно речка. Есть метро, автомобили, трамваи, вертолеты и др.
- Возможность проводить on-line игры на территории города и его окрестностях.
- Аренда квартир и строений, а также наименование объектов города.
- Тренажер по правилам дорожного движения как для автолюбителей, так и пешеходов, а также других тренажеров и правил поведения для юных гостей.
- Удобство осмотра всех витрин и афиш.
- Возможность наблюдать реальные сцены городской жизни через Вебкамеры.
- Поиск кладов на территории Вебгорода с выплатой бонусов или реальных процентов от найденной суммы.
- .

Что может быть интересным и полезным в Вебгороде и его окрестностях.



- Заказ услуги или товара, оплата и доставка в течении нескольких часов.
- Пользование различными поисковыми системами с помощью экспертов
- Вызов экскурсовода для путешествия по выбранным из каталога: местам, офисам, Веб - квартирам известных и неизвестных людей.
- Оптимизация по выбору товаров , услуг и развлечений по разным показателям.
- Возможность строить свой дом (долговременный или на время игры), и заселить город собой, друзьями, родственниками и т.п. Эта опция дает возможность как познакомиться, так и идентифицировать собеседников по форумам.

Риски и их страхование



Риски:

- Не достаточно быстрое распространение широкополосных каналов, делает проект не совсем массовым.
- Если проведение маркетингового исследования не проводилось, то может оказаться что, данный проект не очень пользуется успехом.
- Не правильно выбранное информационное наполнение и соответствующая аудитория на начальном этапе.

Страхование рисков:

- Для начала данный проект необходимо подать в качестве демо – версии некоторой ON-line игры. По ней можно оценить масштабы посещения Вебгорода. Разумеется надо провести маркетинговое исследование.
- Первоначально загружать базу данных уже проверенной и необходимой для людей информацией.
- Для широкого охвата населения, необходимо предусмотреть упрощенный вариант Вебгорода. Основная картинка города распространяется через СД, обновление через Интернет. Возможен вариант независимой от сети игры и справочной системы



Возможности

- Проект является высоко рентабельным, так как включает в себя несколько хорошо раскрученных бизнес проектов. Например: поисковые системы, информационные порталы, игры, развитой системой такси и другого транспорта.
- Очевидно, что интегральный проект дает преимущество еще тем, что является универсальной справочной системой города.
- Дает возможность зарабатывать деньги многим специалистам в качестве экспертов или других специалистов которые могут получать заказы и выдавать результаты через Интернет.

Ключевые вопросы



- Срочные
 - Необходимо заказать тех-проект данной системы.
 - Поиск деловых партнеров в торговой, банковской и инфокоммуникационной среде.
 - Провести маркетинговые исследования.
 - Изучить технические возможности реализации.
- Не срочные
 - Можно отложить все вопросы связанные с правилами функционирования системы.
 - Решение вопросов создания адекватного абонентского доступа для всех пользователей системы.
 - Проблемы связанные с продвижением проекта в другие регионы.



Заключение

- Разработан системный проект «Вебграда».
- Подготовлено техническое задание на проект портала.
- Проверена возможность реализации проекта.
- Предлагается в качестве основного исполнителя и собственника проекта стать оператору связи обеспечивающему мощные внутригородские магистральные каналы.
- Экспертные оценки проекта (до написания бизнес - плана), указывают на высокую рентабельность проекта, со сроком окупаемости не более двух лет.
- Ориентировочная прибыль от «Вебграда» в городе с населением 500 т.чел. может составить от 1 до 10 млн. дол. США.
- Доходы от трафика у оператора связи также возрастут в связи подключением сотен и тысяч видео-камер.

Спасибо

