

*Герасименко Анна Владимировна*  
*Белорусский государственный экономический университет*  
**Организация использования информационной системы предприятия  
через облачные сервисы**

В настоящее время в мире идет активный процесс перехода к сервисной модели (как услуги) предоставления пользователю ИТ-функционала. Информационные технологии развиваются и внедряются в различные отрасли экономики, что повышает производительность труда. Вместе с этим повышаются требования к возможностям информационных технологий. Технологии, которые способны соответствовать данным требованиям были названы облачными вычислениями.

Облачные технологии предоставляют пользователю удобную виртуальную среду для хранения и обработки информации, объединяющую в себе аппаратные средства, программное обеспечение, каналы связи, а также службу технической поддержки. При хранении информации в «облаке» пользователь имеет доступ к ней в любое время при наличии выхода в Интернет. Удобство «облаков» уже успели по достоинству оценить пользователи крупных почтовых сервисов – gmail.com, mail.ru, mail.yandex.ru [1].

Работа с облачными технологиями является весьма выгодной и эффективной для любого масштаба предприятия. С их помощью предприятия могут использовать сервисы бухгалтерии и почты, приложениями для обмена информацией, архивации файлов. Более крупным организациям интересны виртуальные серверы и услуги связи, которые позволяют им обслуживать большое количество клиентов, имея при этом меньшее число затрат.

Рассмотрим ряд преимуществ применения облачных технологий для бизнеса:

- использование интернет-сервисов без необходимости покупки серверов, сетевого оборудования, ИБП, кондиционеров, лицензированного ПО – всё это позволяет сократить на 70% затраты связанные с работой информации.
- простота подключения и работы с облачным сервисам, для этого требуется выход в интернет и гаджет.
- данные централизованы, что более удобно, чем информация, распределенная по разным филиалам и компьютерам.
- возможность самостоятельно управлять объемом «облака» через личный кабинет на сайте оператора.
- круглосуточная техподдержка

Для организации и ведения бизнеса наибольшую популярность в настоящее время приобрели следующие модели облачных технологий:

- аренда виртуального сервера (облачный ЦОД). Для заказчика создается портал, который он сам обслуживает и контролирует размещение на них различных ресурсов.
- виртуальный офис. Позволяет создать рабочее место не на определённом компьютере, а в виртуальном пространстве. В «облаке» воспроизводится внутренняя сеть компании, включая сетевые диски, общие папки, программы-планировщики. Виртуальный офис позволяет полноценно заменить стационарные рабочие станции везде, где есть Интернет.
- резервное копирование. Обеспечивает сохранность данных в чрезвычайных случаях. Система резервного копирования гибко настраивается под текущий объем данных, что позволяет сократить временные и финансовые издержки.
- аренда приложений. Программное обеспечение можно не покупать для установки на конкретный компьютер, а получать через Интернет, оплатив пользование на определенный срок. При этом заказчику гарантируется круглосуточная техподдержка и безопасность данных.
- виртуальный контакт-центр. Организация традиционного контакт-центра требует специального помещения, оборудования рабочих мест и оплаты труда офисных сотрудников. Виртуальный контакт-центр, организованный по облачной технологии, позволяет

высвободить значительное количество ресурсов и развернуть работу за два дня с момента подачи заявки провайдеру.

- частное «облако». Это виртуальная инфраструктура, созданная для нескольких подразделений одной организации, ее клиентов и подрядчиков. Частное «облако» может являться шлюзом к общедоступному «облаку», одновременно обеспечивая использование постоянно растущего набора услуг и сохраняя важные для конкретного бизнеса информационные системы «внутри» [1].

Слабым местом облачных технологий является безопасность информации. На сегодняшний момент отсутствует определенный стандарт обеспечения безопасности, поэтому каждый разработчик облачной платформы выбирает собственную модель. Например, в Google App Engine используется предварительная аккредитация через Google Accounts.

Облачные технологии являются удобным инструментом для предприятий, которым слишком дорого содержать собственные ERP(Enterprise Resource Planning), CRM(Customer Relationship Management) или другие серверы, требующие приобретения и настройки дополнительного оборудования.

Впрочем, как можно заметить, облачные технологии имеют больше преимуществ, чем недостатков. К тому же нельзя не учитывать современные тенденции развития ИТ-индустрии, в которых все больше просматривается необходимость обращаться к облачным вычислениям, несмотря на отставание систем защиты информации.

Что касается предприятий и учреждений, им приходится решать непростую задачу о целесообразности перехода к использованию облачных технологий. При переходе к новой форме информационного обеспечения бизнеса необходимо учитывать правовые аспекты использования новых информационных технологий, так как существует некоторая правовая неопределенность в области обеспечения информационной безопасности, отсутствия правовой базы регламентации взаимодействия организаций, предоставляющих услуги облачных технологий, и предприятий-потребителей этих услуг. Также существует необходимость в создании эффективной системы страхования информационных рисков для всех участников облачных проектов, но на данном этапе решение этой проблемы сопряжено с большими трудностями.

Можно сделать вывод, что современные облачные технологии имеют вместе с положительными чертами также ряд несовершенств, поэтому для бизнеса будет эффективен переход частично к использованию облачных технологий.

Таким образом, рынок облачных технологий является одним из самых активно развивающихся в ИТ-сфере. В самом ближайшем будущем ожидается падение стоимости подобных услуг и совершенствование технического и программного обеспечения. Безопасность и эффективность облачных технологий стали практически общепризнанными, уже идет проработка юридических аспектов работы облачных систем и создание новых экономических моделей использования ИТ-услуг.

Будущее облачных вычислений – шанс для огромного технологического рывка компаний, использующих данную технологию сегодня. Через несколько лет облака принесут миру намного больше пользы, чем можно предположить сейчас. Владельцам компаний полезно оставаться в курсе последних событий в мире облачных технологий, чтобы сохранять конкурентные преимущества [2].

В мировой практике тенденция к переходу бизнеса на облачные технологии уже сложилась. Многие белорусские организации в погоне за стопроцентным контролем над информацией (как они сами полагают) стремятся держать ценные ресурсы строго при себе. Однако практика показывает, что инфраструктура «облака» является стабильнее и безопаснее по сравнению с инфраструктурами заказчиков. Это объясняется более высокими затратами и уровнем знаний, которые требуются для создания надежных дата-центров, а не каждая крупная компания располагает подобными возможностями.

### Источники литературы

1. Облачные технологии в оптимизации бизнес-процессов компании [Электронный ресурс]. – 2016. Режим доступа: <http://www.kp.ru/guide/oblachnye-tehnologii-i-reshenija.html>. – Дата доступа: 04.12.2016.
2. Оптимизация бизнес процессов на базе облачных сервисов [Электронный ресурс]. – 2016. Режим доступа <http://www.scienceforum.ru/2015/873/9036> . – Дата доступа: 07.12.2016.

*Дедкова Мария Александровна*

*Белорусский государственный экономический университет*

### **Повышение эффективности работы предприятия с помощью SEO-технологий**

Объем информации в современном мире растет с невероятной скоростью. И если ее прирост на бумажных носителях уменьшается, то в сфере электронных коммуникаций он непрерывно возрастает. Количество сайтов в глобальной сети Интернет удваивается примерно каждые шесть месяцев. Согласно статистике [1], общий объем цифровой информации удваивается каждые восемнадцать месяцев. В этом объеме неструктурированные данные, т.е. не имеющие заранее определенной строгой структуры, составляют до 95%, тогда как базы данных, содержащие структурированную информацию, – лишь 5%.

Каждый день появляются новые блоги, персональные страницы, коммерческие сайты. С помощью информационно-коммуникационных технологий люди могут узнавать о новостях и событиях, происходящих как в непосредственной близости, так и в других странах и на других континентах, обучаться, общаться, находить интересующую информацию и т.д., не отходя от компьютера, планшета или других средств коммуникаций.

Все это повлияло и на коммерческую деятельность. Ни одно развитое, конкурентоспособное предприятие не может обойтись без собственной страницы в Интернете. Коммерческие сайты создаются с целью рекламы, привлечения потенциальных клиентов. На сайтах размещается информация о предприятии, его режим работы и контактная информация, а также информация об изготавливаемой продукции или предоставляемых услугах. Интернет-страницы обеспечивают возможность проведения маркетинговых исследований, поддерживают связь с представителями организации и обратную связь с клиентами. Все это позволяет увеличить численность клиентов, достичь поставленных целей и значительно повысить эффективность деятельности данной организации или предприятия.

Но в бесконечном потоке информации трудно найти что-то действительно полезное и необходимое. Введя запрос в поисковой системе, по статистике 71% пользователей просматривает только первые три ссылки [2]. В этих условиях немаловажно продвигать сайт на верхние позиции в поиске. В этом и заключается смысл поисковой оптимизации.

Поисковая оптимизация, или SEO (search engine optimization), – это комплекс мер по обеспечению высокого места сайта по нужным запросам в поисковых системах [3]. Благодаря оптимизации, веб-страница становится более понятной для поисковых систем, она позволяет машине «заметить» и «уважить» сайт, разместив его как можно выше в результатах поиска.

С распространением персональных компьютеров и сети Интернет появилась необходимость в программах быстрого поиска информации в соответствии с запросом. Этим стали занимать поисковые машины, возникшие в 90-е годы. Почти одновременно появились такие машины, как Google и Яндекс, которые проделали немалый путь до современного состояния. Первоначально они ориентировались главным образом на внутренние факторы, такие как метатеги (тэги HTML-разметки, содержащие информацию,