

Сарычев Артем Михайлович

Магистрант

Направление: Менеджмент

Магистерская программа: Информационный менеджмент

Применение облачных технологий в маркетинге

Аннотация. В статье рассматриваются преимущества и риски применения облачных технологий в маркетинговой деятельности предприятия.

Ключевые слова: облачные технологии, информационные технологии, «облако», маркетинг, риск.

В последнее время по причине того, что весь мир резко перешел на дистанционный формат работы, многие компании полностью перевели свой бизнес на удаленную работу. Одним из инструментов, помогающим вести эффективный бизнес являются облачные технологии.

Облачные технологии – это модель повсеместного и универсального сетевого доступа к общему пулу конфигурируемых вычислительных ресурсов, с помощью которых существует возможность мгновенно предоставлять и совместно использовать с минимальным администрированием [2].

Существует ряд преимуществ улучшения бизнеса с помощью облачных технологий:

– доступность. Любой человек, у которого есть компьютер, мобильное устройство или планшет, с доступом к Интернету, может получить информации, которая находится в облаке.

– мобильность. Отсутствует непрерывная привязка к рабочему месту. Контролировать производство, получать отчеты возможно из любой точки мира.

– экономичность. Снижение издержек – одно из главных преимуществ. Отсутствует необходимость покупать дорогие компьютеры и программное

обеспечение, имеющее большую вычислительную мощность, а также не нужно нанимать специалистов для обслуживания местных ИТ-технологий.

– арендность. Пользователь оплачивает только то количество услуг, которые ему необходимы.

– гибкость. Мгновенное предоставление провайдером необходимых объемов ресурсов.

– высокая технологичность. Пользователю доступны большие вычислительные мощности, с помощью которых данные можно хранить, анализировать и обрабатывать.

– надежность. Местные ресурсы уступают по надежности облачным вычислениям [1].

С помощью облачных технологий вы можете подготовить удаленные рабочие станции и хранить данные за считанные минуты. Это означает, что облако – полная противоположность и альтернатива аренде физических серверов, которые в настоящее время используются редко из-за отсутствия гибкости и экономической целесообразности. Напротив, облако предлагает клиентам возможность гарантировать надежность, гибкость и безопасность.

Кроме того, в качестве альтернативы корпоративным инвестициям в дорогостоящее оборудование и сетевые устройства облачный подход позволяет создать высококачественную и надежную ИТ-инфраструктуру, которая характеризуется минимальными административными и финансовыми затратами.

Использование облачных технологий позволяет эффективно решать бизнес-задачи. Внедрение облачных технологий приводит к значительным изменениям в организации, в том числе:

- сокращение инвестиций в ИТ,
- снижение объема ресурсов ИТ-сервиса,
- адаптивность бизнеса,
- увеличение емкости и доступности,
- повышенная производительность,

– аварийное восстановление [9].

Многие организации используют вместо облачных технологий другие решения, тем самым, уступая конкурентам и теряя эффективность своего бизнеса. Именно это свидетельствует о том, что достаточно актуальный вопрос о выборе наиболее эффективных технологий для возможности конкурировать и выходить на новые уровни.

Для эффективного создания бизнес-архитектуры необходимо определить бизнес-процессы, их характеристики и функции [7].

Основные компоненты бизнес-архитектуры:

- бизнес-процессы,
- информация,
- организационная компонента,
- приложения.

Архитектура дает обзор основных областей бизнес-процессов. При разработке модели необходимо получение и эффективность как качественных, так и количественных оценок персонала и варианты оптимизации процессов организационной структуры компании [7].

Соответственно, информационный компонент в каждой архитектуре бизнес-модели содержит объекты данных (поток, документы, данные) связанные с бизнес-процессами. Некоторые примеры содержат гораздо больше информации в резюме, описывающем, насколько проблематичны советы по развитию. В частности, использование этих моделей в контексте и на языке предоставляет информацию, необходимую для моделирования [6].

Используется для разработки данных и информации моделей, для создания моделей, а также потому, что организация графически представляет информацию о каждом бизнес-процессе.

Информационная составляющая представлена таким образом, чтобы можно было рассматривать информационные модели на разных уровнях абстракции, исходя из требований бизнес-процессов (в основном, требований участников ролей) [4].

Облачные вычисления в настоящее время необходимы каждому бизнесу. Они обладают значительным потенциалом и представляют собой эффективные возможности для компаний и организаций, которые приняли такой подход.

Облачные системы – хорошее решение для малого и среднего бизнеса. Это не очень дорогой вариант использования современных информационных систем для бизнеса. Для компаний, которые уже внедрили бизнес-системы, интеграция облачных и традиционных приложений – хорошее решение. Компании могут расширять существующие устаревшие системы новыми модулями с новыми облачными функциями. Обновление систем упрощает реализацию и расширение функций [5].

Облачные технологии предлагают пользователю удобную виртуальную среду для хранения и обработки информации, в которой совмещены аппаратное и программное обеспечение, каналы связи и техническая поддержка. Хранение информации в «облаке» через подключение к Интернету позволяет получить к ней доступ практически с любого устройства из любой точки мира. Удобство «облаков» уже оценили пользователи крупных почтовых сервисов – gmail.com, mail.ru, mail.yandex.ru. «Облако» легко адаптируется к потребностям, чтобы получить дополнительное место для хранения или, наоборот, отказаться от излишков. Работая с облачными технологиями, вы можете быстро реагировать на новые бизнес-задачи, сокращать расходы и повышать эффективность компаний и их подразделений.

Маркетинг в современном мире является неотъемлемой частью любой эффективно работающей организации. В сложившейся экономической ситуации рынок маркетинга претерпевает изменения – часть рекламных каналов отключены, многие клиенты в панике, у целевой аудитории меняются ценности, делать прогнозы на будущее практически невозможно. Высокий уровень организации маркетинговой деятельности компании даёт ей преимущества перед конкурентами, позволяя в ускоренном режиме приспособить производство к постоянно изменяющемуся спросу.

Прошло время, когда маркетологи обходились без цифровых технологий. Сегодня в Интернет-среде появилось большое количество облачных маркетинговых серверов, которые отличаются друг от друга решаемыми задачами, ценовыми нишам и другим параметрам. Облачные технологии становятся все более и более востребованными. Применение информационных систем позволит расширить возможности для активного развития глобальных компьютерных сетей, преобразовывая их в информационную инфраструктуру, благодаря которой многие пользователи смогут увеличить свои возможности, а организации – более эффективно управлять всеми областями человеческой жизни [3].

Но существуют риски использования бизнесом облачных технологий, вызывающие наиболее острые проблемы для функционирования предприятия. В их числе потенциальная утечка данных, недобросовестное отношение сотрудников к безопасности и правилам кибербезопасности, слишком сильная зависимость от конкретного программного обеспечения и поставщика без возможности модификаций и изменений, проблема излишней автоматизации и неправильный выбор поставщика облачных технологий, который может привести к снижению эффективности работы компании на долгий срок. Предпринимателям просто необходимо учитывать эти риски, прибегая к облачным сервисам, и продумывать стратегию решения возможных проблем заблаговременно [8].

Таким образом, появление и развитие новых технологий отвечают стремительному развитию маркетинга в современных условиях.

Литература

1. Валентинова Т.В. Что в действительности представляют собой облачные сервисы. [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.hwp.ru/articles/CHto_v_deystvitelnosti_predstavlyayut_soboy_oblachnie_servisi/ (дата обращения: 15.05.2022).

2. Васильева И.В., Осипова Е.М., Петрова Н.Н. Психологические аспекты применения информационных технологий // Вопросы психологии. 2002. № 3.

3. Иванова Ю.Д., Иващенко Н.С. Роль информационных технологий в маркетинге: Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2018). М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018.

4. Медведев А.А. Облачные технологии: тенденции развития, примеры исполнения // Современные технологии автоматизации. 2013. № 2.

5. Меднов С.С. Облачные вычисления. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.4cio.ru/pages/index/129>.- (дата обращения: 10.05.2022).

6. Петров В.Ю., Кричко А.А. Цифровая экономика: состояние и перспективы облачных сервисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 3–2.

7. Репин В.В. Разработка архитектуры бизнес-процессов компании в Business Studio. М.: Ridero, 2019.

8. Федорчук К.Д. Риски использования облачных технологий в малом бизнесе в РФ // Искусственные общества. 2022. Т. 17. № 1.

9. Фомин А.А., Фомина М.А. Цифровизация и облачные технологии: деньги на ветер или конкурентное преимущество для малого бизнеса // Московский экономический журнал. 2020. № 9.