

1. Шекова Е.Л. Особенности маркетинга некоммерческих организаций культуры: российский опыт // Вестник СПбГУ. Сер.8. 2003. Вып.2 (№16), С. 55-77.
2. Neil G. Kotler, Ph.Kotler, Wendy I. Kotler - 2d ed. Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources. – Jossyе -Bass A Wiley Imprint, – 2008.
3. Rubin J. TEA/AECOM 2013 Theme Index & Museum Index: The Global Attractions Attendance Report. Themed Entertainment Association (TEA). – Themed Entertainment Association (TEA), – 2014.

## АНАЛИЗ ОНЛАЙН-СЕРВИСОВ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ И ОБМЕНА ДАННЫМИ, ИСПОЛЬЗУЮЩИЕ ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Высший государственный колледж связи  
г. Минск, Республика Беларусь

Козлов Б.Г.

Михинова Л.М. – ст. преподаватель

Всего за несколько лет облачные хранилища из диковинки превратились в массово используемые, а главное – доступные, сервисы. Конкуренция на данном рынке острая и заставляет его участников активно бороться за своего пользователя.

Сегодня в Интернете можно найти массу информации об «облачных» сервисах, причем не только техническую, но и количественные данные о рынке «облачных» услуг. Например, аналитическая компания IDC приводит сведения о том, что мировые доходы от «облачных» сервисов в 2009 году составили 16,2 млрд долл., в 2013 году доходы достигли 45,7 млрд долл. Рост рынка публичных облачных сервисов в ближайшей перспективе составит в среднем 23% в год. Исследовательская и консалтинговая компания Gartner, специализирующаяся на рынках информационных технологий оценивает рынок в 56,3 млрд долл.

Провайдеры ИТ-услуг предлагают своим пользователям разные ценовые модели, оказывают услуги на базе различных платформ, используют разнообразные методы стимулирования спроса, кто-то делает акцент на кроссплатформенность, а кто-то – на большой объем бесплатного пространства.

При выборе облачного хранилища необходимо обращать внимание на следующие факторы: предоставляемый размер хранилища, компания – владелец хранилища, возможность платного расширения размера хранилища, наличие "скрытых" ограничений, наличие функции «история изменений файлов», защита данных пользователя, поддерживаемые платформы операционных систем.

Для анализа услуг облачного хранения данных было выбрано четыре, в настоящий момент наиболее популярных, сервиса: Dropbox, OneDrive, GoogleDrive, Яндекс. Диск. Возможности, предлагаемые ими для пользователей, представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Сравнительный анализ четырех облачных сервисов

Название сервиса	Объем бесплатного виртуального пространства, Гб	Оплата дополнительно виртуального пространства	Используемые платформы для оказания услуг		
			Window, Linus	Apple, Mac OS	Android
Dropbox,	2	расширить до 16 Гб с помощью реферальной системы; 9,99 долл. в месяц или 99 долл. в год за 1 Тб 15 долл. в месяц за каждого участника бизнес аккаунта	+	+	+
OneDrive	15	50 Гб за 25 долл./год 100 Гб за 50 долл./год 200 Гб за 100 долл./год	+	+	+
GoogleDrive	15	100 Гб за 4,99 долл./месяц 200 Гб за 9,99 долл./месяц	-	+	+
Яндекс. Диск	3	расширить до 10 Гб с помощью элементарных заданий; до 20 Гб с помощью реферальной системы	+	+	+

Для оценки предпочтений и запросов пользователей был использован метод опроса – анкетирование в интернет. В результате полученных данных можно сделать вывод, что сервисы облачного хранения данных активно используются для обеспечения мобильного доступа к информации и для предоставления информации другим пользователям (друзьям, коллегам, знакомым). Основным источником информации выступают советы друзей и знакомых, а также социальные сети.

Список использованных источников:

1. Карр, Н.Дж. Великий переход революция облачных технологий. / Н.Дж. Карр. – Москва, Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 272 с.

2. Монахов, Д.Н. Облачные технологии. Теория и практика. / Д.Н. Монахов, Н.В. Монахов, Прончев Г.Б., Кузьменков Д.А. – Макс Пресс Москва, МГУ, 2013. -128 с.
3. Рынок публичных облачных систем: анализ и прогноз. – Режим доступа: <http://www.belsoft.by/site/ru/news/news-it/IDC07>

## ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО: РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТА В БЕЛАРУСИ

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Лойко А.М.*

*Пархименко В.А. – канд. экон. наук, доцент*

Информационное общество (ИО) – это современный этап развития цивилизации с доминирующей ролью знаний и информации, воздействием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на все сферы деятельности человека и общества в целом[1]. Развитие ИО в Беларуси – главный приоритет Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на период с 2011 до 2015 года.

Одним из основных элементов, влияющих на развитие ИО, является Интернет.

Белорусская часть Интернета все еще находится в стадии активного формирования. Почти 21 год назад была зарегистрирована национальная доменная зона Беларуси. По состоянию на январь 2015 года в белорусской зоне находится более **116 тысяч доменных имен**, что в сравнении с 2010 годом больше почти в 8 раз (15 тысяч сайтов в 2010 г.). Кроме того, доменная зона .BY является самой быстрорастущей в Европе.

Также необходимо отметить, что с 1 марта 2015 года начался прием заявок на регистрацию кириллических доменов в зоне .БЕЛ. Это обеспечит прилив новых сайтов и значительно расширит национальную доменную зону.

На текущий момент в качестве основных итогов развития Интернета в Беларуси можно отметить следующие параметры:

- доля домашних хозяйств, имеющих ПК в 2013 г. – 54,9% (2010 г. – 40,8%), из них с доступом в Интернет – 51,9% (2010 г. – 24,9%);
- число пользователей сети Интернет на 100 человек населения – 46,9 (2010 г. – 31,8);
- количество интернет-магазинов – 9 627 в 2014 г. (2010 г. – 1198);
- удельный вес электронной торговли в общем объеме оптового товарооборота в 2013 г. - 0,2% (2010 г. 0,1%), розничного – 1,5% (2010 г. – 0,8%);
- количество абонентов и пользователей сети Интернет на 1000 человек населения в 2013 г. (единиц) – 996 (2010 г. - 573);
- количество абонентов и пользователей сети Интернет (физических лиц) в 2013 г. (тыс. человек) – 8 407 (2010 г. – 4 808,8);
- доступ физических лиц к сети Интернет на 1 000 человек населения в 2013 г. (единиц) – 888 (2011 г. - 640);
- число работников организаций, использующих ПК в 2013 г., - 32,9% от всех работников (2011 г. – 20%), из них имеют выход в Интернет 55,1% (2011 г. – 46,2%);
- доля организаций, использующих Интернет в 2014 г. – 97,5% (2012 г. – 94,6%);
- доля организаций, имеющих веб-сайт в 2014 г. – 57% (2012 г. – 50,2%) [2].

Согласно отчету за 2013 г. «Измерение информационного общества», распространенному МСЭ (Measuring the Information Society) в Интернете, белорусская отрасль информационно-коммуникационных технологий занимает **38 мест** среди **166 стран мира** со значением индекса, равным 6,89. Для сравнения Беларусь занимала 46 место среди 155 стран мира в 2010 г. с индексом 5,08. Впервые с начала реализации Национальной программы наша страна заняла лидирующую позицию в регионе СНГ, опередив Российскую Федерацию (42 место), Казахстан (53 место).

Департамент ООН по экономическим и социальным вопросам опубликовал обзор «Электронное правительство 2014 г.», в основе которого лежит Индекс развития электронного правительства за 2014 г. В 2014 году Республика Беларусь заняла в рейтинге стран мира по развитию электронного правительства **55 место из 193**, улучшив свои показатели на **6 пунктов** по сравнению с 2012 г. Для сравнения: Россия заняла 27 место, Украина – 87 место. В тройку лидеров входят: Южная Корея, Австралия и Сингапур.

В результате проведенных мной исследований были выявлены основные проблемы развития Интернета в Беларуси:

- монополия РУП «Белтелеком»;
- перекрестное субсидирование услуг связи и интернета, высокие тарифы на эти услуги;
- недостаточное развитие электронного контента на белорусском языке;
- запоздывание разработки нормативной и законодательной базы.

На основе мирового опыта можно сказать, что развитие информационного общества является приоритетной общенациональной задачей, требующей координации и объединения усилий государства, частного бизнеса и гражданского общества. Развитие ИО в Беларуси имеет глобальный характер, учитывающий вхождение нашей страны в мировое ИО.