

УДК 331

## ПРЕДСТАВЛЕНИЕ КОМПАНИИ "ЯНДЕКС" В РОССИИ ВЗГЛЯДОМ СТУДЕНТА

Александров А. Ю., студент гр. ИСП-20, III курс

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение «Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»

Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации  
г. Новокузнецк

Сегодня человек с особыми потребностями сталкивается абсолютно с теми же трудностями, что и здоровый, поэтому процесс его интеграции в общество является первостепенным [1]. Для этого создаются безбарьерные образовательные среды и специальные образовательные условия [2]. Обучение людей с особыми потребностями является приоритетной задачей в области не только образования, но и государственной политики [3]. Возросшая потребность в профессиональном образование [4] находит свое отражение на предприятиях в виде условий труда и требованиям к кандидатам. В наши дни наша жизнь настолько разнообразна и разносторонняя, что мы не можем ее себе представить без интернета, при условии, даже если мы используем его на самом минимальном уровне [5]. Одним из самых используемых ресурсов интернета являются поисковые системы, которые способствуют нахождению самой разнообразной информации, в соответствии с заданными запросами [5].

Актуальность данной темы обусловлена высокой популярностью компании "Яндекс" среди населения России, которое не только пользуется ее услугами, но и стремится работать в ней, поскольку она занимает лидирующие позиции на ИТ-рынке Рунета. Ежегодное включение поисковых систем «Яндекса» в мировые рейтинги подтверждает ее значимость на мировом уровне. Кроме того, компания активно сотрудничает с платформой "Россия – страна возможностей" и участвует в национальных и федеральных проектах, что подчеркивает ее социальную ответственность и важность для развития российской экономики.

Проблемой данного исследования является выяснение факторов, которые привели компанию "Яндекс" к успеху и лидерству на рынке ИТ-услуг в Российской Федерации. Целью исследования является анализ компании "Яндекс" и ее успеха на мировом рынке потребления. Гипотеза предполагает, что проведение исследования компании "Яндекс" и анализ ее успеха на мировом рынке будет эффективным при изучении истории развития компании, выявлении конкурентных преимуществ и рассмотрении основных достижений компании, а также при проведении опроса о компании "Яндекс" в виде анкетирования.

Задачами исследования являются изучение истории развития компании "Яндекс", выявление конкурентных преимуществ, рассмотрение основных достижений компании, проведение и анализирование опроса о компании "Яндекс" в виде анкетирования. Объектом данного исследования выступает компания "Яндекс", а предметом исследования - актуальные данные о создании и развитии "Яндекс".

В ходе исследования используются различные методы. Теоретические методы включают анализ-синтез литературы и обобщение. Эмпирические методы включают анкетирование и опрос, а статистические методы включают методы математической обработки результатов.

### **Результаты исследования**

Для проведения анализа компании «Яндекс» был использован метод социального опроса в виде анкетирования, в котором участвовали как обучающиеся, так и преподаватели. Всего было получено 57 ответов, а средний балл по опросу составил 4,49 из 11 баллов.

Результаты тестирования показали, что большинство респондентов не знают правильного ответа на вопросы о годе основания компании и отсутствующем сервисе у "Яндекса". Только 20% и 7% анкетируемых ответили правильно на эти вопросы соответственно. Однако, большинство опрошенных знают ответы на вопросы о том, чем известна компания "Яндекс" и какая знаменитая фраза была разработана для телевизионного рекламного ролика. 96,5% и 77% участников тестирования, соответственно, ответили правильно на эти вопросы.

Таким образом, результаты опроса говорят о том, что участники имеют поверхностные знания о компании "Яндекс" знакомы с ее основными продуктами и услугами, но не знают о всех аспектах ее деятельности. Важно отметить, что "Яндекс" предоставляет широкий спектр продуктов и услуг, связанных с Интернетом, включая поисковую систему, информационные услуги, электронную коммерцию, транспорт, карты и навигацию, мобильные приложения и онлайн-рекламу. Компания обслуживает аудиторию в России и Содружестве Независимых Государств бывшего Советского Союза и имеет более 30 офисов по всему миру.

### **Заключение**

Анализируя историю развития компании начиная с 90-х годов и до сегодняшнего дня, можно выделить ключевые факторы, которые способствовали занятию компанией одной из ведущих позиций в области информационных технологий:

1) "Яндекс" предлагает и продолжает разрабатывать сервисы, которые нужны пользователям ежедневно и значительно упрощают им жизнь. Практически каждый продукт уникален [6].

2) Инвестиции в будущее – неотъемлемая часть успеха. "Яндекс" вкладывает много денег как в краткосрочные, так и долговременные проекты [6].

Развиваясь в различных областях информационных технологий и приобретая стартапы, бренд формирует для себя резервный фонд, что позволяет

обеспечить сохранность своего существования, даже при полном крахе ключевой деятельности.

3) Локальность бренда – технологии поиска остаются заточенными под русскоязычных пользователей [6].

Несмотря на то, что "Яндекс" стремится занять топовые позиции в мировом поиске, ставка делаются на Россию, Белоруссию, Казахстан.

4) Масштабируемость – сегодня офисы «Яндекса» находятся не только в странах СНГ, но также в Турции, Германии, Швейцарии, Нидерландах, Китае, США и Израиле [6].

Успех компании "Яндекс" на рынке рунета в значительной мере объясняется ее ранним пионерством в разработке поисковой системы, которая была способна эффективно справляться с сложностями русского языка. Именно это стало основным преимуществом, недоступным даже таким гигантам, как Google [6].

Эта компания привлекла наше внимание благодаря безупречной репутации и успеху на мировом рынке, что является важным фактором. Компания "Яндекс" предоставляет возможности карьерного роста и дополнительного обучения профессиональным навыкам у коллег. Мы были бы рады работать в компании с такой долгой историей на рынке, которая по-прежнему удерживает лидерские позиции в отрасли информационных технологий.

#### **Список литературы:**

1. Романовский С. А. Абилимпикс как механизм профориентации [Текст] // Инновационное развитие профессионального образования. - 2022. - № 2(34). - С. 137-143.
2. Романовский С. А. Формирование инклюзии в системе СПО через конкурс «Абилимпикс» [Текст] // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология. - 2022. - Т. 8 (74), № 4. - С. 83-94.
3. Романовский С. А. Опыт участия ФКПОУ "НГГТКИ" Минтруда России в конкурсном движение "Абилимпикс" 2015-2021 ГГ [Текст] // Заметки ученого. - 2022. - № 1-1. - С. 79-86.
4. Романовский, С. А. Формирования профессиональных компетенций лиц с инвалидностью и ОВЗ через конкурс "Абилимпикс" [Текст] // Развитие науки и образования в условиях мировой нестабильности: современные парадигмы, проблемы, пути решения : Материалы Международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону. - 2021. - С. 283-285.
5. Поисковая система 'Яндекс' [Электронный ресурс] / Библиофонд. Электронная библиотека студента – Электрон, дан. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=786933>, свободный. – Загл. С экрана. – Яз. Рус.
6. История «Яндекса» от 90-х до наших дней [Электронный ресурс] / Стартапы, бизнес, технологии – Электрон, дан. – Режим доступа:

<https://vc.ru/marketing/237195-istoriya-yandeksa-ot-90-h-do-nashih-dney>, свобод-  
ный. – Загл. С экрана. – Яз. Рус.