

EPAM Systems – крупнейший поставщик услуг в области разработки проектного (заказного) программного обеспечения и решений в Центральной и Восточной Европе. Созданная в 1993 году, сегодня компания имеет представительства в 17 странах мира, более 11500 высококвалифицированных специалистов в штате.

Инвестиции в развитие сотрудников – один из принципов компании. EPAM предоставляет желающим возможность пройти внутренние и внешние тренинги, повысить уровень владения иностранным языком, расширить свою профессиональную компетенцию за счет работы над проектами в разных отраслях экономики и для заказчиков из разных стран.

В основе достижений лежит понимание, что основное и самое важное преимущество компании – это люди. Сегодня в EPAM Systems работает около 11500 талантливых сотрудников.

Kodak – год основания — 1881. Отрасль — производство фото- и кинотоваров, компьютерной техники.

Парадокс, но компания, которая изобрела цифровую фотокамеру, потеряла свои позиции именно потому, что недооценила рынок цифровой фототехники. Она просто не успела вовремя перепрофилировать производство и подстроиться под новые реалии.

Из состояния банкротства Kodak вышла в сентябре 2013 года. Новые владельцы компании решили, что не стоит гнаться за конкурентами в сегменте массовой фотографии, и сконцентрировали все усилия на создании бизнес-продуктов.

На примере компании Kodak можно четко увидеть зависимость состояния компании от применения интеллектуального капитала. Отсутствие своевременного анализа состояния рынка (спроса, конкуренции, собственных производственных мощностей и др.) привело компанию к банкротству. Толчком к выходу из состояния банкротства послужило применение интеллектуального капитала посредством концентрации усилий на создание бизнес-продуктов.

Список использованных источников:

1. СТБ ISO 9001-2015
2. Кельчевская Н.Р., Управление интеллектуальным капиталом промышленного предприятия: учебное пособие / Н.Р. Кельчевская, И.М. Черненко. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. –194с.
3. International Journal of Human Resource Studies ISSN 2162-3058 2013, Vol. 3, No. 4
4. EPAM Systems [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.epam.by/>
5. Kodak [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kodak.ru>

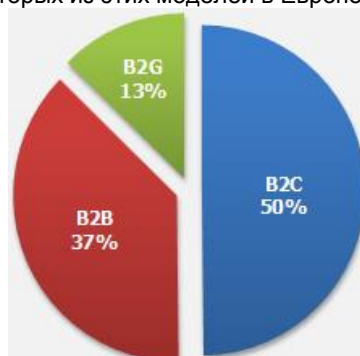
## ХАРАКТЕРИСТИКА И СТРУКТУРА ЭЛЕКТРОННОГО РЫНКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь  
Соловцов В.В., Шешко В. Р.*

*Орлова Е. И. – старший преподаватель*

Большинство развитых стран на данный момент находятся в постиндустриальном этапе развития, что подразумевает главенство информации и сферы услуг. Традиционный рынок отходит на второй план, уступая место электронному рынку, который позволяет ускорять бизнес процессы, делать куплю-продажу быстрой и удобной, осуществляя при этом моментальную обратную связь, независимо от расстояния. В связи с этим было решено провести анализ структур современного электронного рынка, выявить перспективные направления развития и обозначить основные проблемы электронного рынка в белорусских реалиях.

На данный момент существует множество моделей электронного рынка. На круговой диаграмме представлена распространенность некоторых из этих моделей в Европе.



Как видно из круговой диаграммы самые распространённые модели это B2B (бизнес — бизнес) и B2C (бизнес — потребитель). Но данное деление является условным. Для каждого конкретного случая требуется разработка своей модели электронного бизнеса, которая позволяет решать индивидуальные задачи. Для этого разработаны специальные методики решения бизнес задач, которые позволяют эффективно и в короткие сроки выйти на электронный рынок. Малые затраты и скорость вхождения на электронный рынок позволяют формировать его разнообразную структуру, в которую входят как маленькие компании, так и мировые корпорации.

Комплексный анализ белорусского электронного рынка позволяет разделить его на отдельные структуры. В свою очередь для каждой структуры выделить свои перспективы и проблемы. Соотнося основные проблемы белорусского электронного рынка и мировые практики решения данных проблем можно выбрать наиболее подходящие решения для той или иной области белорусского электронного рынка, что позволит ускорить рост белорусского электронного рынка на территории Беларуси.

Для белорусского рынка основными моделями являются: B2C (примером является onliner.by) и C2C (например, kufar.by). Представителями B2B модели являются резиденты Парка Высоких Технологий. При этом основную часть рынка занимают большие торговые площадки. Мелкие белорусские компании в основной своей массе выходят на электронный рынок также посредством других больших известных торговых площадок, что позволяет сократить расходы на рекламу и создания своего частного решения. Однако основным минусом данного подхода является использование готового решения, что не всегда соответствует бизнес процессу компании. При создании своего решения малыми компаниями, возникает ряд проблем:

1. Большая стоимость и высокие налоги (Это также является причиной того, что большинство крупных представителей электронного рынка Беларуси работают на офшор).

2. Малобюджетное решение обычно является недоброкачественным. Интуитивно непонятный пользовательский интерфейс, отсутствие кроссплатформенности - это распространённые характеристики такого решения.

3. Проблема раскрутки сайта, привлечения новых пользователей.

Список использованных источников:

1. Новичков Д.А., Извозчикова С.А, Характеристика и структура электронного рынка. Оренбургский филиал ИЭ УрО РАН г. Оренбург, Россия.

2. Данько Т. П., Завьялова Н. Б., Сагинова О. В., Электронный маркетинг. Минск, 2003

## ОБЛАЧНЫЕ РЕШЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННОМ БИЗНЕСЕ

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

*Сунцов Н. Р.*

*Насонова И. В. – кандидат эконом.наук, доцент*

В нынешнее время неотъемлемой частью любой экономической деятельности являются электронные технологии, то есть электронный бизнес. Электронный бизнес (e-business) – это особая форма сетевой экономической деятельности, реализующаяся посредством внедрения современных ИТ и коммуникативных технологий (прежде всего, Интернет) в процессы производства, продажи и распределения товаров и услуг, а также поддержку партнерских отношений. [1]

Главной задачей электронного бизнеса – сделать основной бизнес компании более рентабельным, а саму компанию – более конкурентоспособным.

Осуществление этой задачи производится внедрением так называемых “облачных технологий”. Под “облачными технологиями” можно понимать одну большую концепцию, включающую в себя много разных понятий, предоставляющих услуги. К примеру, программное обеспечение, инфраструктура, платформа, рабочее место. Под “облаком” же подразумевается набор аппаратного и программного обеспечения, который обеспечивает обработку и исполнение клиентских заявок.[4]

Выделяют три уровня облачных сервисов

SAAS (SOFTWARE AS A SERVICE) - ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАК УСЛУГА.

Модель SAAS можно охарактеризовать так:

- приложение отлажено под удаленного пользователя;
- использование приложения сразу большим количеством пользователей;
- оплата осуществляется как абонентская плата, из месяца в месяц, или как оплата за объем операций;

- предоставление технической поддержки, без дополнительной оплаты;

- обновление и модернизация приложения без ущерба для клиентов.

IAAS (INFRASTRUCTURE AS A SERVICE) – ИНФРАСТРУКТУРАКАКУСЛУГА.

К особенностям IaaS следует отнести:

- технологии виртуализации.

- интегрированные системы управления.

- реальность использования самых лучших архитектур и фреймворков.

PAAS (PLATFORM AS A SERVICE) - ПЛАТФОРМАКАКУСЛУГА.

В данном случае провайдер предоставляет клиенту доступ к использованию информационно-технологическими платформами. Потребитель получает доступ к: различным операционным системам; технологическому программному обеспечению, способствующему нормальному взаимодействию различных приложений, компонентов, систем между собой. Все это размещается на серверах облачного провайдера. Управление всей информационно-технологической структурой осуществляет сам провайдер. Так же провайдер решает, к каким платформам открыть доступ конкретному клиенту. Потребитель получает право пользоваться платформой, устанавливать прикладные программы, тестировать и эксплуатировать их.