

конкурентов в местах их деятельности и проживания. Качественная характеристика круга перспективных лиц определяется наличием у них информационных возможностей: полные знания, наличия связей, доступа к информации, личных и деловых качеств. Не менее существенным является и наличие побудительных мотивов действий.

При формировании круга агентов-информаторов процесс подразделяется на ряд последовательных действий.

Этап выявления заключается в отыскании среди сотрудников кандидатур, перспективных для использования в программе экономической разведки, а также определения целесообразности, путей и методов их изучения. Как правило, наиболее перспективными кандидатами являются торговые представители, менеджеры, сотрудники отделов маркетинга, продаж, закупок, специалисты по связям с общественностью. На перспективных кандидатов заводится специальное досье, в котором содержатся необходимые формализованные данные, включая характеристику кандидата.

Важный этап работы – проверка выявленных кандидатов, которая осуществляется с целью установления наличия компрометирующих сведений.

Немаловажное значение имеет личное изучение кандидата однако следует иметь в виду, что оно, наряду с возможностью изучения, заключает в себе опасность раскрытия работы. Поэтому важным является наблюдение за поведением кандидата, его настроением, внешними проявлениями его переживаний, определение социальных причин того, чем вызвано то или иное состояние изучаемого. На встречах могут ставиться отдельные задания в виде просьб, предложений и поручений. Особое значение придается надежности кандидата, которая подразумевает его честность и порядочность во взаимоотношениях с сотрудниками экономической разведки, готовность выполнять их задания в любых условиях, способность и умение хранить в тайне связь с разведкой, благонадежность в глазах руководства компании.

Заключительный этап – привлечение к сотрудничеству сводится к соответствующему предложению получения от кандидата устного или письменного согласия о принятии на себя определенных обязанностей. После чего ему присваивается псевдоним, проводится инструктивное занятие по мерам безопасности в работе, а также ставятся информационные задачи на перспективу.

Для привлечения к сотрудничеству чаще используются психологические (частные) мотивы, так как применение материально-денежных стимулов оказывается недостаточно надежным.

*Чайковская Ю.В.
УО БГЭУ (Минск)*

ФАУНДРИ-БИЗНЕС КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Фаундри-бизнес предполагает изготовление предприятием на своих производственных мощностях сложных научно-технических изделий, конструкция которых является собственностью заказчика. Фаундри-заказ может включать в себя производство законченного изделия или любой его части, а так же выполнение отдельных технологических операций. Применительно к интегральным схемам (ИС), производимым на НПО «Интеграл», это может быть любой набор технологических операций, начиная от изготовления кремниевых пластин и заканчивая сборкой и проведением испытаний. К наиболее

лее типичным примерам фаундри-заказа можно отнести полный цикл производства ИС и сборку ИС с использованием кристаллов заказчика.

В соответствии с исходными данными заказа и производственными возможностями предприятия существует два типа фаундри-заказа:

- производство изделий, разработанных заказчиком в соответствии с проектными нормами и типовыми технологическими процессами предприятия, что гарантирует успешное производство с минимальным объемом собственных конструкторско-технологических разработок;
- производство изделий, спроектированных без учета возможностей предприятия и требующее существенной доработки.

Основным вариантом осуществления фаундри-бизнеса на НПО «Интеграл» является первый и, в этом случае, управление маркетингом на предприятии позволяет передать заказчику исходные данные, на основании которых выполняется проектирование конструкции. В состав данных входят такие сведения, как: правила проектирования и проектные нормы, описание типовых технологических процессов предприятия, аналогичная информация по другим изделиям, требования по визуальному контролю и т.д.

Подписание контракта на изготовление фаундри-заказа происходит после проведения технико-экономической экспертизы, которая осуществляется технологами с привлечением менеджеров и маркетологов. По результатам экспертизы готовится заключение о технической возможности и экономической целесообразности выполнения фаундри-заказа.

Стандартный контракт на фаундри-заказ предусматривает его выполнение в три этапа. На первом этапе осуществляется изготовление и отгрузка опытных образцов для проверки заказчиком работоспособности конструкции и других показателей качества. На втором этапе проводится запуск партий для подтверждения производительности технологического процесса и процента выхода. Третий этап предполагает массовое изготовление и поставку продукции. Начало массового изготовления осуществляется после получения положительного заключения от заказчика и подписания технической спецификации на изготовление определенного количества продукции.

Порядок проведения работ по выполнению фаундри-заказов включает сопровождение и контроль выполнения всех этапов, координацию работ с заказчиком и внутри предприятий НПО «Интеграл» между подразделениями и осуществляется менеджерами по маркетингу. Выполнение работ на всех этапах происходит в соответствии с графиком, где регламентируется время на выполнение отдельных работ, которое может быть изменено в сторону уменьшения с целью скорейшего вывода фаундри-изделия на рынок заказчика.

*Чарушникова Е.Л.
УО БГЭУ (Минск)*

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Основными задачами постепенно становятся задача отбора перспективных товаров, которые может производить предприятие и дальнейшее их продвижение. Из всех возможных видов продукции предприятия надо отобрать те, которые найдут спрос на рынке. Для этого проводятся маркетинговые исследования.

Маркетинговое исследование – это сбор, систематизация и анализ данных о микросреде, в которой работает предприятие и макросреде. Необходимость проведения