

## ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПАРТНЕРОВ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕПОЧКИ ЦЕННОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МИКРОЭЛЕКТРОНИКИ

### INTERNET-PORTAL AS INSTRUMENT OF FORMATION OF INFORMATION ENVIRONMENT THE POTENTIAL PARTNERS FOR THE IMPLEMENTATION OF VALUE CHAIN ENTERPRISES MICROELECTRONICS

*N. Kulikova*

#### Annotation

Professional participants of the microelectronics market in order to decide when and what to offer to customers, you need to know about the situation in the market and features the activities of other market participants in choosing partners. The author of the work identified the need to develop a tool that would be for all concerned has provided access to comprehensive information about the microelectronics market. This Internet portal will allow to gather in one place information about the latest developments in the microelectronics market; design-centers, fabless-companies, foundry factories, testing centers, factories for the assembly of electronic components will be able to quickly find partners for the implementation of the joint chain microelectronic product values; and customers – to publish their needs and to find the performers.

**Keywords:** information environment, Internet-portal, inter-organizational relationships, cooperation, partner, professional participant of the Russian market of microelectronics.

*Куликова Наталия Николаевна*  
К.э.н., доцент,  
Московский технологический  
университет

#### Аннотация

Профессиональным участникам рынка микроэлектроники для того, чтобы решить, когда и что предлагать заказчикам, необходимо знать о ситуации на рынке и особенностях деятельности других участников рынка при выборе партнеров. Автором в работе выявлена необходимость разработки инструмента, который бы для всех заинтересованных лиц обеспечил доступ к исчерпывающей информации о рынке микроэлектроники. Именно Интернет-портал позволит собрать в одном месте информацию о последних достижениях на рынке микроэлектроники; дизайн-центры, фаблесс-компании, фабрики-фаундрии, испытательные центры, фабрики по сборке электронных компонентов смогут быстрее найти партнеров для реализации совместной цепочки ценностей микроэлектронного изделия; а заказчики – опубликовать свои потребности и находить исполнителей.

#### Ключевые слова:

Информационная среда, Интернет-портал, межорганизационные взаимоотношения, сотрудничество, партнер, профессиональные участники российского рынка микроэлектроники.

Свойства современных рынков заставляют компании активно расширять круг партнерских отношений, в том числе путем участия в межорганизационных сетях [1]. Деятельность профессиональных участников российского рынка микроэлектроники основана на межорганизационных взаимоотношениях, обусловленных спецификой производимых микроэлектронных изделий. Участники межфирменных взаимоотношений работают на последовательных ступенях цепочки создания ценности и предпринимают совместные усилия по созданию и поддержанию общих конкурентных преимуществ через совместное использование знаний, ресурсов, мощностей, опыта, других активов и компетенций, имеющихся в наличии у партнеров. На российском рынке микроэлектроники сотрудничают предприятия, которые одновременно кооперируются и конкурируют друг с дру-

гом. В настоящее время в микроэлектронике наблюдается субконтрактное партнерство, основанное на вертикальном и горизонтальном межорганизационном взаимодействии. Вертикальные межорганизационные взаимоотношения реализуют слияния этапов жизненного цикла в единую цепочку ценностей, а горизонтальные – создают важные преимущества для партнеров: они экономят время и повышают качество выполняемой работы. Но возможность включения предприятия в цепочку ценностей определяет инициатор – предприятие, получившее заказ и ответственное перед заказчиком. Хотя на российском рынке микроэлектроники нет большого количества предприятий, как, например, в Китае, но есть успешные представители и малого, и среднего, и крупного бизнеса. А так как бизнес в сфере микроэлектроники основан на специализации и разделении функций проек-

тирования и производства, профессиональным участникам рынка микроэлектроники важно знать, какие услуги, изделия, ресурсы, технологии могут предложить другие участники рынка.

*У профессиональных участников микроэлектроники имеется потребность в доступе к информации:*

- ◆ об участниках рынка, производимой ими продукции и имеющихся у них технологиях;
- ◆ для оценки репутации и возможностей потенциальных партнеров, возможности сотрудничества с ними;
- ◆ о заказчиках и их потребностях.

Если профессиональные участники рынка имели бы такие возможности и информацию, то они были бы подробнее осведомлены о ситуации на рынке, знали бы особенности деятельности других участников рынка при выборе партнеров и могли бы адекватно решать, когда и что предлагать заказчикам. Таким образом, формирование единой информационной среды, которая была бы местом встречи всех заинтересованных сторон реализации этапов жизненного цикла микроэлектронного изделия – заказчиков, дизайн-центров, фаблесс-компаний, фабрик-фаундри, испытательных центров, фабрик по сборке электронных компонентов – является необходимым условием функционирования современного рынка микроэлектроники.

Современные ИКТ предоставляют инфраструктурные возможности для реализации любых взаимодействий в режиме реального времени вне зависимости от географического положения контрагентов [2], в том числе реализуемых он-лайн в сети Интернет. Интернет-технологии позволяют отказаться от старых правил и создать новые приемы работы [3].

Заинтересованные экономические агенты (заказчики, покупатели, дизайн-центры, фаблесс-компании, фабрики-фаундри, испытательные центры, фабрики по сборке электронных компонентов) должны иметь доступ к информации об участниках рынка, представленной на одном Интернет-сайте – информационном ресурсе, содержащем исчерпывающую информацию о профессиональном рынке микроэлектроники.

Одним из видов Интернет-сайта является Интернет-портал. Интернет-портал – это сайт с разнообразными интерактивными сервисами такими как, поиск, почта, новости, форумы, обслуживание, голосование, функционирующими в рамках этого сайта [4]. Интернет-порталы могут быть вертикальными и горизонтальными (универсальные или узкоспециализированные), открытыми и закрытыми (аудитория не ограничена или доступ ограниченному кругу пользователей).

Такой Интернет-сайт должен иметь вид закрытого вертикального Интернет-портала, который позволит собрать в одном месте потенциальных заказчиков и исполнителей, а также потенциальных партнеров реализации

совместной цепочки ценностей на базе общего интереса проектирования и изготовления микроэлектронных изделий. Цель Интернет-портала – поделиться с определенным кругом пользователей профессиональной информацией о рынке микроэлектроники. Инициатором создания Интернет-портала могла бы стать Ассоциация производителей электронной аппаратуры и приборов (АПЭАП), которая в 2009 г. по соглашению с Департаментом радиоэлектронной промышленности Минпромторга разработала Стратегию развития электронной отрасли России до 2025 г.

*Выделим задачи Интернет-портала:*

- ◆ ведение каталога – систематизация информации о профессиональных участниках рынка микроэлектроники;
- ◆ интеграция открытой информации о последних достижениях профессиональных участников рынка микроэлектроники;
- ◆ предоставление пользователю возможности поиска необходимых информационных ресурсов;
- ◆ предоставление заказчику возможности публикации своих потребностей для поиска исполнителей работ;
- ◆ реализация возможностей информационного взаимодействия экономических агентов на основе форм обратной связи, сервиса обратного звонка, форумов;
- ◆ публикация и доступ пользователей к актуальным новостям, обзорам, научным статьям и статистическим отчетам о развитии отрасли микроэлектроники.

Интернет-портал должен содержать единую российскую базу профессиональных участников рынка микроэлектроники, реализующих разные этапы жизненного цикла микроэлектронного изделия: дизайн-центры общего назначения, специализированные дизайн-центры, фаблесс-компании, фабрики-фаундри, испытательные центры, фабрики по сборке электронных компонентов.

*Для выполнения задач Интернет-портала пользователи – предприятия, реализующие проектирование и изготовление микроэлектронных изделий, – должны разместить следующую информацию о себе:*

- ◆ описание выполненных ранее проектов;
- ◆ описание и характеристика комплекса предлагаемых услуг, в том числе специфических;
- ◆ характеристика продукции (изделий, IP-блоков, аппаратуры);
- ◆ характеристика существующих технологий, мощностей, компетенций, ресурсов, в том числе специфических и невзаимозаменяемых;
- ◆ фотографии и видеофайлы;
- ◆ новости;
- ◆ контактную информацию.

Например, каталог может быть представлен по типу профессиональных участников (дизайн-центры; фаблесс-компании, фабрики-фаундри, испытательные цен-



Примечание: составлено автором

Рисунок 1. Закрытый вертикальный Интернет-портал заинтересованных сторон в формировании цепочки ценностей микроэлектронного изделия.

тры, фабрики по сборке электронных компонентов) или услуги и продукция.

Заказчики на портале должны иметь возможность публиковать свои потребности для поиска исполнителей и свою контактную информацию.

На рис. 1 выделены пользователи и функции Интернет-портала.

Таким образом, Интернет-портал обеспечит постоянный доступ к систематизированной информации о развитии рынка, о существующих услугах, изделиях, ресурсах и технологиях. Сегодня подобная информация разрознена и представлена, например, в научных журналах и сайтах сети Интернет, что, естественно, затрудняет ее получение участниками рынка, и к моменту её доступности для заинтересованных экономических агентов устаревает.

Наличие подобного Интернет-портала будет дополнительным стимулом развития малого предпринимательства в микроэлектронике, так как появится возможность собрать всех заинтересованных сторон в реализации этапов жизненного цикла микроэлектронного изделия на одной Интернет-площадке. А важнейшим свойством современного малого предпринимательства считается способность к созданию и внедрению инноваций [5].

Крупные и средние предприятия, в свою очередь, получают больше объективной информации о состоянии рынка, рыночном спросе, последних достижениях профессиональных участников рынка и наличии у них необходимых технологий и мощностей, профессиональных компетенций, знаний и опыта, специфических ресурсов.

*Интернет-портал позволит создать среду для мониторинга спроса и предложения на российском рынке микроэлектроники.*

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Шерешева М.Ю. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: коллект. моногр. / М.А. Бек, Н.Н. Бек, Е.В. Бузулукова и др.; под науч. ред. М.Ю. Шерешевой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 446 с.
2. Шерешева М.Ю. Межорганизационные информационные системы в сетевом межфирменном взаимодействии // Российский журнал менеджмента. – 2006. – Том 4, № 1. – С. 55–76.
3. Карпухина Н.Н. Рейнджиниринг бизнес-процессов и экономические информационные системы. // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – М.: Литера. – 2010. – №1. – С. 72–73.
4. Сычев А.В. Web-технологии: учебное пособие / Сычев А.В. – М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2009. – 262 с.
5. Виленский А.В. Особенности российского малого предпринимательства // Экономический журнал Высшей школы экономики. – 2004. – № 8 (2). – С.246–256.