

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІРТУАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК СЕКТОРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто теоретичні аспекти виникнення віртуальних підприємств, механізм, переваги та недоліки їх функціонування, уточнено понятійний апарат.

Ключові слова: *глобальна мережа, віртуальне підприємство, Інтернет, інформаційні ресурси, інформаційно-комунікаційні технології.*

Постійний розвиток глобальних мереж, цифрових та інформаційних технологій сприяє розвитку нового виду економічних відносин зі зміною традиційних понять ведення бізнесу. Необхідність збільшення ступеня задоволення споживачів, удосконалення постійних зв'язків із клієнтами, глобалізація та розвиток сучасних ринків обумовлюють створення організаційних форм віртуальних підприємств.

У вітчизняній та зарубіжній літературі є чимало публікацій, присвячених тенденціям та проблемам функціонування віртуальних підприємств та управління цією галуззю. Серед них можна назвати праці У. Девідоу, М. Мелоуна, І. Балабанова, О. Юрасова, І. Гречникова, Л. Реймана, Б. Мільнера, В. Плєскач, Т. Затонацької [1-9] та ін.

Як відомо, в 80-ті роки основними напрямками вдосконалювання діяльності підприємств було тотальне управління якістю й застосування стратегій, спрямованих на оптимальне управління різними ресурсами.

У 90-ті роки основним гаслом були принципи реінжинірингу бізнес-процесів.

До початку ХХІ століття ключовою темою стає перехід до віртуальних і мережних принципів організації підприємств.

У деяких роботах учених-економістів віртуальні підприємства позначають і іншими термінами: «мережні підприємства», «безмежні підприємства», «розширені підприємства». Як правило, мова йде про мережу партнерів (підприємств, організацій, окремих колективів і людей), що спільно здійснюють діяльність з розроблення, виробництва й збуту певної продукції [2].

Метою статті є уточнення понятійного апарату, визначення організаційних процесів управління віртуальними підприємствами, виявлення переваг і недоліків функціонування таких підприємств.

За допомогою глобальних мереж можуть встановлюватися стосунки між партнерами, які перебувають в різних частинах земної кулі, що дозволяє територіально розосередженим підприємцям або компаніям за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) розробляти ефективні технологічні процеси виробництва товарів і послуг.

Залежно від завдань такого роду об'єднання партнерів по бізнесу одержало назву «віртуального», а сформовані структури стали іменуватися «віртуаль-

ною командою», «віртуальним підприємством», «віртуальною корпорацією» тощо. В їхній базі лежить тимчасова мережа, що поєднує незалежних підприємців або компанії, які, використовуючи ІКТ, діляться досвідом та успіхами, досягнутими на ринку. Кожен із партнерів сприяє розв'язуванню загального завдання тільки в межах свого рівня компетенції.

Уперше концепція віртуалізації підприємств була опублікована у монографії У. Девідоу та М. Мелоуна «Віртуальна корпорація» [9], а також у статті Р. Байрона у журналі «Бізнес-Уік» [8].

У літературі існують різні визначення терміну віртуальних підприємств, наведемо деякі з них. За визначенням авторів [9], це найбільш передова й ефективна форма організації підприємства та найкраща з погляду наявних технічних і економічних умов. Віртуальне підприємство означає мережну, комп'ютерно-інтегровану організаційну структуру, що поєднує неоднорідні ресурси, розташовані в різних місцях.

Віртуальні підприємства – це постійна або тимчасова сукупність географічно розділених груп, людей, організаційних одиниць, об'єднаних для розв'язання певних завдань, досягнення певної мети на основі принципів поділу праці, обов'язків і мережної структури, загальна діяльність яких здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій [4].

За визначенням Л. Реймана, віртуальне підприємство – це нова форма економічних організацій. Вона являє собою групу економічних суб'єктів, що поєднують свої сили для надання певної послуги, яка традиційно надавалася одним підприємством. Така можливість, в остаточному підсумку, серйозно впливає на стратегії розвитку всієї економіки підприємств [6].

Віртуальне підприємство створюється шляхом відбору людських, фінансових, матеріальних, організаційно-технологічних і інших ресурсів із різних підприємств і їх інтеграції з використанням комп'ютерних мереж. Це дозволяє сформувати гнучку й динамічну організаційну систему, найбільш пристосовану до якнайшвидшого випуску й оперативної поставки нової продукції на ринок [7].

Часто головна стратегія віртуального підприємства зв'язується з орієнтацією на замовника, оскільки її основні характеристики – це швидкість виконання замовлення (Minimal Time-to-Market) і повнота задоволення вимог клієнта. Із включенням замовників і виконавців у єдину відкриту мережу межі між взаємодіючими організаціями стають нечіткими, прозорими та динамічними.

За своєю структурою, побудовою та функціональними аспектами віртуальні підприємства мають зовнішню подібність до транснаціональних корпорацій (ТНК) та консорціумів, однак при цьому значно й відрізняються.

У той же час віртуальне підприємство поєднує мету, культуру, традиції, ресурси, досвід низки підприємств-партнерів, координуючи їх розвиток і представляючи собою «підприємство над підприємствами», тобто метапідприємство. Ключовою проблемою забезпечення ефективності віртуальних підприємств є управління знаннями, що циркулюють у мережах.

У структурах віртуального характеру важливо підтримувати й сприяти розвитку нового елемента – управління знаннями.

Із його допомогою вирішується двоєдине завдання:

- по-перше, це придбання знань, що піднімають рівень діяльності організації;
- по-друге, їхнє зберігання, розподіл і перетворення у форму, що є зручною для внутрішньофірмового користування.

Цього можна досягти за допомогою ретельно розробленої концепції централізації та практичного використання накопичених знань. У практиці компаній є відомими випадки введення посади штатного експерта (так званого брокера знань), який виступає в ролі координатора між сферами пропозиції й споживання знань. В інтересах управління знаннями утворюються міжфункціональні проектні групи, створюються спеціальні комп'ютерні системи. Діяльність з використання вже накопичених знань і забезпечення вступу нової інформації створює передумови формування організації, що навчається [3].

Таким чином, можна стверджувати, що віртуальне підприємство це є об'єднання мети, людських ресурсів, фінансів, виробництва, знань різних партнерів у єдину гнучку систему, що базується на інформаційно-комунікаційних технологіях, за рахунок якої вони здатні виробляти послугу для виконання замовлення, бути рівноправними партнерами у глобальному бізнесі та у побудові виробничого процесу.

Функціонування підприємства на такій основі надає не тільки фінансовий вигравш, але й призводить до винаходу нової продукції. Прикладом може слугувати віртуальне підприємство «VIRTEC Project», яке об'єднує дев'ять малих і середніх підприємств, які забезпечили проект фінансуванням, технологіями і сервісом. Ці підприємства функціонували у сфері електроніки, виробництва металокерамічних виробів, механіки, механотроніки, прикладного програмного забезпечення і сервісу. У результаті своєї діяльності «VIRTEC» розробило декілька нових продуктів, таких як вегетована гума, яка використовується у медицині, для покриття продуктів. У цей час ця резина користується попитом у країнах Європи і Америки.

Життєвий цикл будь-якого віртуального підприємства проходить п'ять фаз:

1. Фаза виявлення перспективної підприємницької можливості. На цьому етапі життєвого циклу віртуального підприємства відбувається обґрунтування доцільності його створення.

2. Фаза створення віртуального підприємства.

Для реалізації виявленої перспективної підприємницької можливості слід визначити конкретних учасників майбутнього проекту: групу індивідумів (організацій). Між партнерами ведуться переговори щодо розподілу зобов'язань, розробляється план підприємницької діяльності.

3. Фаза функціонування віртуального підприємства. Протягом цієї фази життєвого циклу віртуального підприємства здійснюється погоджена й спланована на попередній стадії підприємницька діяльність партнерів, у ході якої вони координують свої дії й підтримують постійний зв'язок.

4. Фаза ліквідації віртуального підприємства. Після завершення фази функціонування у віртуального підприємства можуть залишитися деякі невиконані зобов'язання, і в цьому випадку події розвиваються за наступним сценарієм.

5. Фаза розпаду віртуального підприємства. Коли всі зобов'язання віртуального підприємства виконано, починається завершальна стадія його життєвого циклу, на якій партнерські відносини між його учасниками розриваються, а саме воно розпадається, тобто припиняє своє існування.

Перевагами функціонування віртуальних підприємств над традиційними є:

- зниження сукупних затрат;
- гнучка адаптація до зміни навколишнього середовища;
- зниження перепон для виходу на нові ринки;
- можливості залучати висококваліфікованих фахівців незалежно від їхнього місця проживання;
- можливість більш широкого міжнародного співробітництва, і таким чином більш оперативне надання на ринок закордонних новинок;
- зниження рівня безробіття в країні;
- підвищення продуктивності праці;
- можливість заощаджувати на приміщенні й персоналі;
- можливість створення тимчасових робочих груп, які перебувають у географічно віддалених місцях, можуть цілодобово здійснювати спільну роботу над терміновими проектами й замовленнями;
- зниження транспортних проблем;
- раціоналізація використання різних ресурсів і досвіду;
- використання гнучкої організації роботи й персоналу.

Отже, найголовнішою перевагою віртуальних підприємств є можливість обирати та використовувати найкращі ресурси, знання та здібності із найменшими витратами часу.

Віртуальне підприємство поєднує географічно розділені економічні суб'єкти, які взаємодіють у процесі спільного виробництва, використовуючи переважно електронні засоби комунікацій. Система управління більшості сучасних традиційних підприємств має яскраво виражену функціональну спрямованість. В основі подібної організації управління лежить принцип поділу й спеціалізації праці. У сучасних умовах подібна організація є неефективною через низку причин [4]:

- відсутність зацікавленості тих, хто працює, у кінцевому результаті, оскільки система оцінки їх діяльності відірвана від результату роботи підприємства в цілому й головну оцінку результатів праці працівника надає його вищий начальник;
- бачення співробітниками бізнес-процесів, що протікають у компанії, найчастіше не виходить за межі підрозділів, у яких вони працюють;
- надмірно ускладнений обмін інформацією між різними підрозділами, що працюють у межах одного бізнес-процесу, що приводить до більших накладних витрат.

До недоліків функціонування віртуальних підприємств також можна віднести:

- відсутність належного соціального захисту й матеріальної підтримки партнерів, унаслідок відмови від традиційних трудових відносин і довгострокових договірних форм;

– нестабільність щодо членства в ньому й невизначеність у плануванні діяльності для учасників.

Також існує проблема, яка полягає в тому, що багато віртуальних підприємств втрачають фазу ліквідації.

Таким чином, не дочекавшись обігу клієнтів з виконання зобов'язань, віртуальне підприємство відразу ж розпадається й клієнти в підсумку несуть матеріальний збиток.

Подібне явище – наслідок того, що на даний момент ще не створено відповідної законодавчої бази, яка б була здатна регламентувати цей вид підприємницької діяльності.

Також необхідно створити механізм контролю над діяльністю подібних підприємств, і тільки в цьому випадку довіра до віртуальних підприємств зросте.

Висновки.

1. Інтернет-технології формують нові стосунки між учасниками економічного процесу.

2. Тільки віртуальне підприємство, яке здатне організувати процес створення й збуту продукції на основі притягнутих ресурсів і може залучати необхідні ресурси для здійснення проекту, здатне вивести рівень кооперації в бізнесі на новий більш високий рівень, підвищити ефективність використання різного роду ресурсів, але для цього необхідно підготувати відповідну законодавчу базу для функціонування цього виду підприємств.

Список літератури

1. Балабанов И.Т. Интерактивный бизнес: учеб. пособие / И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2001. – 329 с.
2. Гречникова И.Н. Менеджмент: учеб. / И.Н. Гречникова. – М.: Банки и биржи, 1997. – 783 с.
3. Мильнер Б.З. Теория организации / Б.З. Мильнер. – 5-е изд. – М.: Инфа-М, 2006. – 720 с.
4. Плескач В.Л. Електронна комерція: підручник / В.Л. Плескач, Т.Г. Затонацька. – К.: Знання, 2007. – 535 с.
5. Уцци Брайан. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей / Б. Уцци // Российский журнал менеджмента. – 2008. – Т. 6, № 2. – С. 55-88.
6. Электронная коммерция: учеб. пособие / Под ред. Л.Д. Реймана – М.: ФИОРД-ИНФО, 2002. – 226 с.
7. Юрасов А.В. Электронная коммерция / А.В. Юрасов. – М.: Дело, 2003. – 480 с.
8. Byrne J.A. The Virtual Corporation / J.A. Byrne, R. Brandt, O. Port // Business Week, Issue 3304. – 1993. – 8 Feb. – P. 98-102. Тарасов В.Б. Новые стратегии реорганизации и автоматизации предприятий: на пути к интеллектуальным предприятиям / В.Б. Тарасов // Новости искусственного интеллекта.
9. Davidow W. The Virtual Corporation: Structuring and Revitalizing the Corporation for the 21st Century / W. Davidow, M. Malone. – New York: Harper Collins. – 1992.