

Никифорова, С.В. Цуриков // Сибирская финансовая шк.: Аваль. - 2014. - № 6. - С. 95-104.

4. Чечин О.П. Методы и инструменты стратегического управления // Вопросы экономики и права. – 2014. - № 67. – С. 86-90.

5. Разработка стратегии развития: Учеб.пособие / Под ред. Бурмистрова А.Н., Синявиной М.П. – СПб.: Решение, 2013. – 68 с.

6. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика: Учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 415 с.

7. Петров А.Н. Основные понятия стратегического менеджмента / А.Н. Петров, А.Б. Миллер // Научные записки кафедры прогнозирования и планирования экономических и социальных систем: сб. ст. – СПб, 2014. – С. 14-25.

8. Стратегический менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100/Б.Т. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 623с.

УДК 65.014:004.9

**Г.Р. Клебеко**

Белорусский государственный технологический университет

## **КОНЦЕПЦИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Важная особенность экономического развития в начале XXI в. заключается в переходе от индустриальной к постиндустриальной экономике. Ввиду того, что все ресурсы на земле ограничены, интернет представляет собой уникальное поле для развития, т.к. объем информационных ресурсов и пространства в интернете практически не имеет предела. Таким образом, сложившиеся объективные условия диктуют необходимость создания новой организационной формы, позволяющей людям и организациям объединяться для эффективной реализации возникающих возможностей, т.е. организации новой по стратегии, структуре, бизнесу, технологии и новой основе для построения отношений [1].

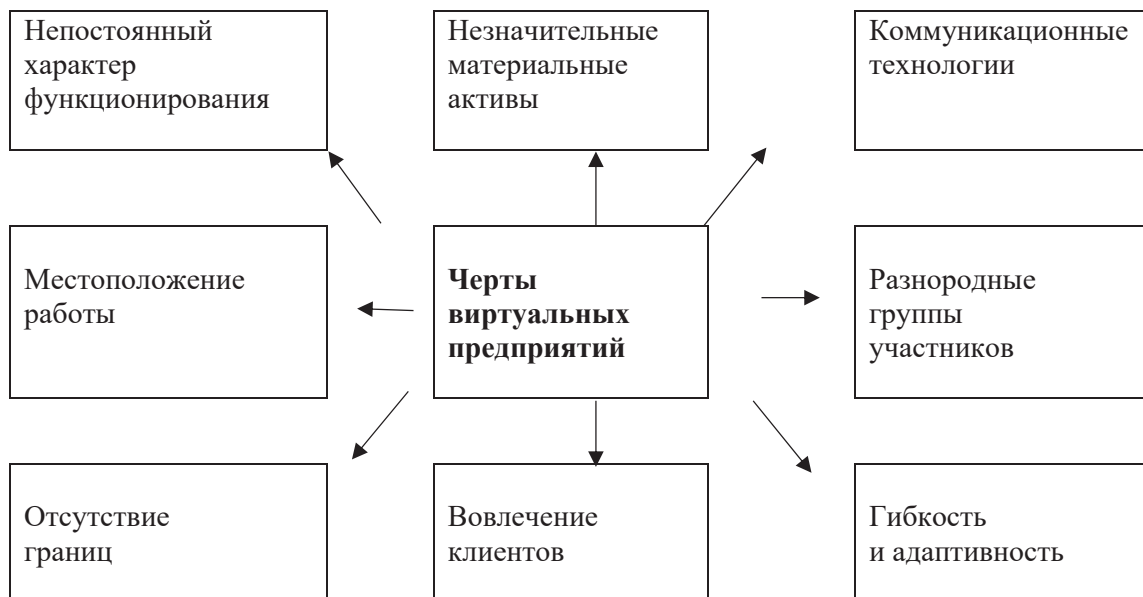
Понятие «виртуальное предприятие» (ВП) появилось в литературе в конце XX в. Существует множество определений данного термина, однако считаем, что следующее определение характеризует данный термин максимально полно: **виртуальное предприятие** – это объединение юридически и экономически независимых компаний, учреждений и/или частных лиц с целью разделения рисков и затрат, состоящее из сообщества географически разделенных экономических субъектов, которые взаимодействуют в процессе производства, используя преимущественно электронные средства коммуникаций. Если представить данную информацию более простыми словами, то это управляющее ядро сети, которое отдает на исполнение внешним партнерам производство, дистрибуцию, маркетинг или любую другую бизнес-функцию, которую, по мнению руководства этой компании, они могут выполнить лучше или дешевле, чем сама компания.

Причиной появления концепции ВП является широкое распространение современных интернет-технологий, предоставляющих новые возможности для коммуникации и сотрудничества автономных, географически распределенных предприятий.

**Основная цель** виртуальных предприятий – это способность быстро реагировать на рыночные требования и максимизировать степень использования ресурсов предприятий. **Их уникальность** – в отсутствии необходимости создания физической организации, происходит объединение деловых партнёров в сеть, участники которой способны произвести требуемую продукт или услугу по мере возникновения такой необходимости [2].

**Основа концепции ВП** появилась в результате развития и преобразования классической системы кооперации - SCM (Supply Chain Management). SCM ориентирована на долгосрочного сотрудничества, имеет относительно стабильную структуру сети и производственную программу (определены исполнители работ и виды производимой продукции на длительный период времени). При этом в классической системе кооперации существуют жесткие требования к наличию информационных систем для планирования и управления, а также к одноформатности данных [3].

Основные черты виртуальных предприятий, подчеркивающие их новизну, представлены на рис. 1.



**Рис. 1 - Черты виртуальных предприятий**

Виртуальные предприятия в чистом виде существуют только на компьютере и часто представляют собой ограниченное по времени объединение различных компаний для совместной реализации определенных проектов. Значительным преимуществом таких предприятий является то, что каждый этап производства может быть выполнен наиболее подходящей для этого компанией, в процессе производства могут использоваться специальные знания и ноу-хау, что позволяет улучшить качество услуг и проникнуть на инновационные рынки, а также идея виртуального предприятия предполагает участие в нескольких проектах одновременно. Важным является также и тот факт, что виртуальная компания может быть распущена в любое время, если производство перестает быть прибыльным.

Необходимо отметить, что концепции виртуального предприятия на практике могут быть самыми разными: от интернет-площадки до полномасштабной производственной и логистической системы, в которой web-представительство служит связующим звеном между покупателями, продавцами и производителями. По виду кооперации виртуальные предприятия можно подразделить на **два типа**: с кооперацией в области закупок и кооперацией в области производства (промышленная).

**Виртуальные предприятия в области закупок** получили название E-Procurement (электронные порталы закупок). Программы электронных

закупок приводят к повышению производительности труда и, как следствие, вносят вклад в ряд промежуточных результатов (более качественные услуги, экономия средств, экономия времени, прозрачность) и экономическую рациональность (организационная эффективность, упрощение). Некоторые крупные компании используют данный принцип в своей работе, например, масштабные автоконцерны (Daimler Chrysler, Ford) разрабатывают полную online сеть, которая объединяла бы в себе покупателей, заказывающих их продукт, и поставщиков.

*Промышленная кооперация* активно развивается в рамках отношений B2B (Business-to-Business), когда крупные промышленные предприятия вступают в тесные кооперационные отношения с малыми и средними предприятиями, производящими для них определенные детали и комплектующие. Следуя данному принципу, многим крупным компаниям удается сократить расходы и увеличить прибыль, например, концерн Benetton разработал такую систему управления виртуальным предприятием, что на основе координации в единой информационной среде сбытовых центров, заводов-изготовителей, поставщиков и экспедиторов окраска производится, когда становятся известны модные цвета сезона. Это обеспечивает гибкость выполнения требований рынка и существенно сокращает затраты на хранение [2].

Существует также концепция ВП, представленная через классические организационно-правовые формы, среди которых выделяют два главных класса: виртуальные корпорации и виртуальные товарищества (партнерства).

**Виртуальная корпорация (ВК)** представляет собой *электронное объединение капиталов (ресурсов)* различного типа – финансового, технологического, человеческого (в частности, интеллектуального) в интересах выполнения сложных уникальных проектов, создания продукции мирового класса и максимально полного удовлетворения требований заказчика.

**Виртуальное товарищество (партнерство)** представляет собой компьютерно-интегрированную (искусственную) организацию лиц, вместе ведущих дело (находящихся в отношениях кооперации, т.е. выполняющих совместную работу и координирующих действия) с целью извлечения прибыли, будучи географически удаленными друг от друга. Как и в случае обычного товарищества, для виртуального партнерства

можно выделить две базовые формы: **полное виртуальное товарищество и ограниченное виртуальное партнерство** [4].

Таким образом, в условиях глобализации и развития интернет-технологий появилась необходимость в создании новой организационной формы, такой как виртуальное предприятие. Важнейшей характеристикой виртуального предприятия является гибкая, адаптивная, динамичная сетевая структура. Такая сеть не существует в реальном физическом пространстве, а создается путем информационной интеграции ресурсов партнеров. В то же время виртуальное предприятие объединяет цели, культуру, ресурсы, опыт ряда предприятий-партнеров. Ключевой проблемой обеспечения эффективности виртуальных предприятий является управление знаниями, циркулирующими в сети.

### **Список использованных источников**

1. Виртуальная организация [Электронный ресурс]. URL: [https://studref.com/354198/menedzhment/virtualnaya\\_organizatsiya](https://studref.com/354198/menedzhment/virtualnaya_organizatsiya) (дата обращения 20.10.2020).
2. Виртуальные предприятия: основные положения концепции [Электронный ресурс]. URL: <https://laws.studio/uchebniki-logistika/virtualnyie-predpriyatiya-osnovnyie-polojeniya-35709.html> (дата обращения 21.10.2020).
3. Дмитрий Иванов. Виртуальные предприятия: оперативная кооперация в логистике [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cfin.ru/management/manufact/virtual.shtml> (дата обращения 21.10.2020).
4. Манюшис А. Виртуальное предприятие как эффективная форма организации внешнеэкономической деятельности компании // ФОРУМ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ Издательство: ООО "Институт управления и социально-экономического развития" (Саратов) eISSN: 2500-4050. – 2018. - №12-1 (28). – с. 871-874.