

Содержание:

Введение

Постиндустриальная экономика, единое информационное пространство, повсеместное проникновение процессов информатизации и компьютерной интеграции в общество, наличие информационного рынка информации и управления – это общие характеристики современного мирового сообщества.

К.Маркс в своем главном труде «Капитал» определял основными движущими силами экономики труд и капитал, то наша современность предопределяет главенствующую роль знаний и управления.

Современное общество становится электронно-цифровым, а в экономике ведущая роль начинает принадлежать сфере услуг, связанных с обработкой информации, управлении и производством знаний. Осознание экономическими субъектами значимости современных реалий привело в образованию инновационных форм предприятий, одним из которых и является виртуальное предприятие.

Актуальность избранной темы предопределена неразработанностью теоретических и методологических положений по управлению виртуальными предприятиями, отсутствием методологического подхода к интегральной оценке степени достижения целей управления, критериев и специфики виртуальных предприятий.

Цель работы – теоретическое и практическое исследование инновационной формы ведения бизнеса на примере виртуальных предприятий.

Достижение цели практики возможно с решением следующих задач:

- изучить теоретические основы деятельности виртуальных предприятий и историю их возникновения;
- проанализировать современную практику виртуального предпринимательства и виртуальных предприятий современности;
- рассмотреть особенности управления виртуальным предприятием и использовании в его деятельности риск-менеджмента;

- исследовать преимущества и недостатки виртуальных предприятий при объединении;

- исследовать проблемы и перспективы развития виртуальных предприятий в современных условиях.

Объект исследования – инновационные предприятия экономики.

Предмет исследования – особенности современного виртуального предприятия.

Проблемами создания, функционирования виртуальных предприятий занимались А.Гершун, М.Горский, Г.Гольдштейн, Д.Иванов, В.Ивлев, Т.Попова, Т.Бойко, Н.И. Дерябин, Д.В. Стаханов, Г.Е. Крохичева, Ю.В. Пересветов, Ю.С. Попков, В.И. Тищенко и др.

Методологической базой исследования явились методы сравнительного анализа, методы научной абстракции, индукции и дедукции, сравнения, классификации, экспертной оценки, системного и ситуационного анализа, графический метод, комплекс методов исследований, объединенных системным подходом к изучению проблем арендных отношений.

Методической и информационной базой исследования явились нормативно-правовые акты Российской Федерации, учебники, учебные пособия, диссертации, статьи в средствах массовой информации и сети Интернет, посвященные названной теме.

1. Виртуальное предприятие: теория и практика

- 1.

1.1 Виртуальное предприятие как теоретическое понятие. История возникновения

Впервые о подобии виртуальных предприятий мир услышал в 1972 году, когда исследователями производственных процессов была предложена концепция «телеработы». Период с 1972 года до начала 80-х годов XX века носит название

периода энтузиазма теоретиков, которые основали концепцию удаленного доступа в теоретическом приложении. [2, с.23]

Телеработа определялась как революция рабочего места, некий процесс, который представлял собой движение работы к работнику и предоставлял возможность осуществления работы из дома либо другого места с использованием информационных технологий.

Начало 80-х годов XX века характеризуется уже распространением и развитием небольших как общественных, так и частных проектов по использованию телеработы. НАСА в этот период внедряет маломасштабные проекты по телеработе в государственное управление охраной окружающей среды, здравоохранения и труда. Этот период носит название периода умеренного развития и накопления опыта и характеризуется интенсивным развитием технологической инфраструктуры. Предприятия, предлагающие телеработу, появляются уже не только в США, но и в Европе. [2, с.24]

С середины 90-х годов XX века наступил третий этап, который и идет в настоящее время и характеризуется бурным развитием индустрии телеработы, последующим распространением коммуникационных сетей и возникновением виртуальных предприятий. Виртуальные предприятия в современной экономике являются неотъемлемой частью жизни современного общества. На рисунке 1 представлены виртуальные организационные формы. [2, с.24]

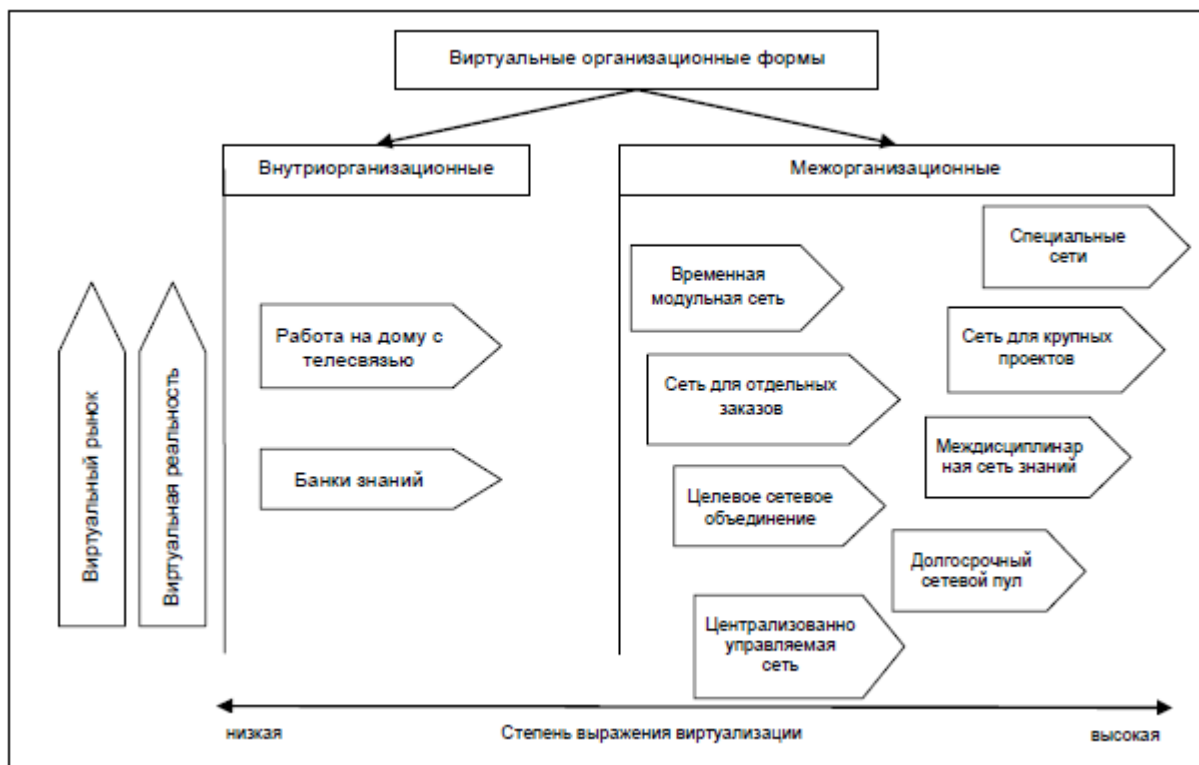


Рисунок 1. – Виртуальные организационные формы [2, с.24]

Виртуальное предприятие является нововведением в современном бизнесе, существующая практика виртуальных предприятий доказала неоспоримость их экономического потенциала. [6, с.219]

С учетом практической деятельности виртуальных предприятий можно сформулировать определение понятия «виртуальное предприятие».

Виртуальное предприятие представляет собой объединенных общей целью индивидов, групп, экономических субъектов, их частей, распределенных в пространстве и во времени, совместная работа которых не зависит от расстояний, проходит с использованием информационных технологий, при том, что менее значимые процессы и компоненты выводятся из виртуального предприятия, а сама деятельность осуществляется в условиях высокой мобильности и отсутствия границ. [6, с.220]

Концепции организации виртуальных предприятий могут быть разными, как и информационные системы для поддержки процессов коммуникации и координации.

Заслуживает внимания форма виртуального предприятия, которая существует в Италии. Некоторое количество малых предприятий объединены в виртуальное

предприятие, каждое из которых является узкоспециализированным. Они соединены единой информационной платформой, выполняя сложные заказы потребителей.

В области закупок виртуальные предприятия носят название E-Procurement, используя схему виртуального предприятия работают Daimler Chrysler, Ford и General Motors. [5, с.62]

Apple и Sony объединили свои усилия для работы над проектами в компьютерном бизнесе с помощью виртуальных предприятий.

Среди виртуальных организаций есть как «физически» существующие организации, сотрудничающие в коммуникационных сетях, так и виртуальные компании, существование которых обозначено наличием WEB-страниц, сайтов, доменов, автономных программ, сервисов и разнообразных приложений. Если в первом случае виртуальное пространство используется как средство коммуникации при объединении ресурсов для реализации общего проекта, то для вторых единственная среда существования – это виртуальная среда. [5, с.63]

При принятии решения о создании виртуальной организации подбираются людские, финансовые, материальные, интеллектуальные, организационно-технологические и другие, необходимые для ее деятельности ресурсы с участвующих в проекте «виртуальное предприятие» фирм и объединенных компьютерной сетью. [3, с.47]

Именно возможность подбора из уже имеющихся ресурсов становится основой формирования гибкой и динамичной организационной системы, которая наиболее приспособлена на выполнение возлагаемых участниками задач с максимальным использованием возможностей информационных технологий. На рисунке 2 представлены принципы формирования виртуальных организаций.

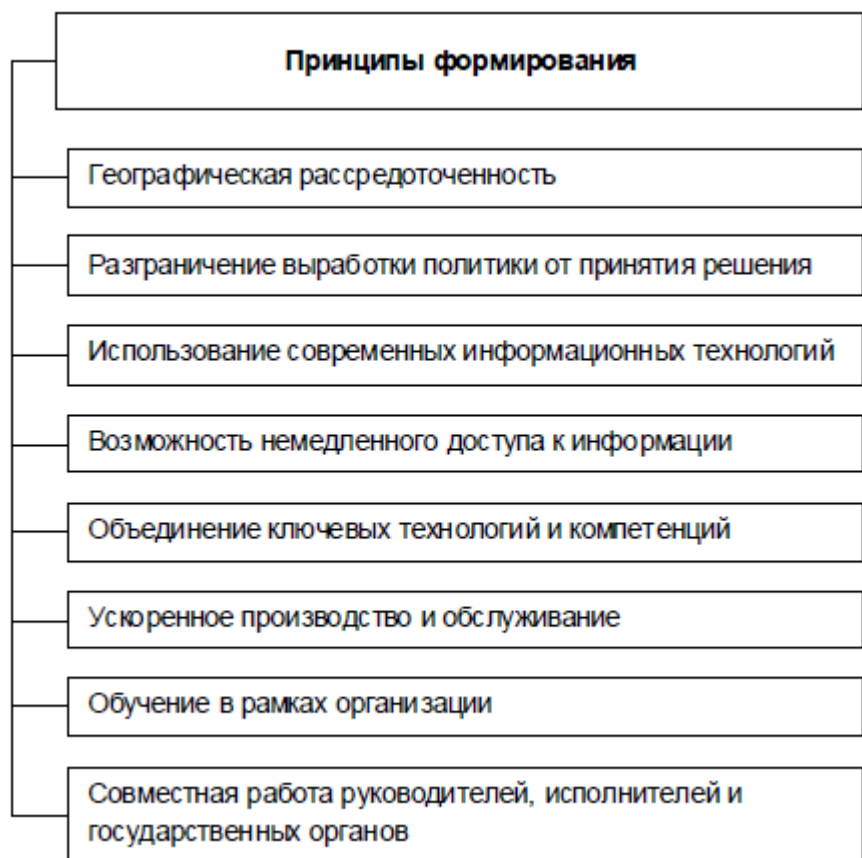


Рисунок 2. – Принципы формирования виртуальных организаций [3, с.48]

Виртуальный коллектив, сформированный в виртуальном предприятии, является новым способом организации рабочей силы, которая имеет наибольшие возможности для мобилизации скрытых людских ресурсов с помощью коммуникационных технологий, невзирая на пространство и время.

В виртуальном предприятии коллектив группируется по мере необходимости для создания определенной стоимости для удовлетворения какой-либо потребности.

Создание виртуальной продукции и услуг стало возможно благодаря инновациям в области обработки информации, организационной динамики и развития производственных систем. Соответственно, выпуск продукции доступен в любых времени и месте, с несчетным количеством вариантов, моделей и форматов. [7, с.310]

Коммуникационные системы являются местом реализации на виртуальном рынке продукции и услуг без личных контактов исполнителя и заказчика, осуществление торговых и банковских операций, консультации осуществляются практически

мгновенно.

Существующая и действующая в виртуальном пространстве фирма обладает следующими качествами:

- трансцендентность, которая реализуется за счет снятия пространственных, временных, организационных и технологических ограничений, а процесс коммуникации может происходить как асинхронно, так и синхронно;
- отсутствие технологических ограничений на максимальное количество участников;
- внутриорганизационная информационная стратификация, когда все участники объединения имеют как роль, так и статус, который определяет степень доступа участника к информации;
- относительно высокая степень анонимности;
- наличие конформности поведения относительно количества участников виртуального предприятия;
- групповая идентичность. [3, с.88]

Таким образом, виртуальные предприятия теоретически разрабатывались с 1972 года, после чего форма организации виртуального предприятия стала называться «телеработой».

Дальнейшее развитие информационных и коммуникационных технологий привело к современным формам виртуальных предприятий. Далее мы рассмотрим современную практику виртуального предпринимательства.

- 1.

1.2 Современная практика виртуального предпринимательства и виртуальных предприятий

Система Интернет предлагает потребителю ряд коммуникационных и информационных услуг коммерческого назначения, именно это предложение и является виртуальным рынком. Внутриорганизационные виртуальные формы

охватывают широкую гамму работ с использованием средств коммуникаций. Общий признак таких организаций – объединенные в общую сеть виртуального коллектива с помощью информационных и коммуникационных технологий.

В настоящее время существуют 8 обособленных типов виртуальных организаций, которые характеризуются выходом за границы одного предприятия:

1. Временная модульная сеть;
2. Сеть для отдельных заказов;
3. Целевое сетевое объединение;
4. Централизованно управляемая сеть;
5. Долгосрочный сетевой пул;
6. Междисциплинарная сеть знаний;
7. Сеть для крупных проектов;
8. Специальные сети. [6, с.47]

Эти формы виртуальных предприятий предназначены для мобилизации ориентированных на проект высококлассных ресурсов и показывают, каким образом с помощью виртуальной кооперации можно предложить рынку «умные» решения.

Такие виртуальные предприятия, как Dell, MIGROS Cooperative, Amazon.com, RBS Insurance UK, ING Direct, показывают, как может выживать предприятие на основе сети с заменяемыми партнерами. В таких случаях именно сеть является носителем «ноу-хау» и управляется органом-координатором, выполняя заказы с помощью цифровой передачи данных. [9, с.310]

Практика виртуального бизнеса позволила классифицировать отличительные черты виртуальных организаций:

- непостоянство функционирования;
- связи и управленческие действия осуществляются с помощью интегрированных и локальных информационных систем и телекоммуникаций;
- оформление взаимоотношений с партнерами и контрагентами соглашениями, договорами и взаимным владением собственностью;
- создание временных альянсов предприятий в смежных областях деятельности для реализации совместных проектов;

- минимальные затраты на аренду и содержание помещений;
- отношения администрации с персоналом договорные на любом уровне управления. [8, с.144]

Руководство виртуальным предприятием, как правило, осуществляется на собственных представлениях о виртуальных предприятиях руководителя. Возможна ориентация как на централизованную систему управления, так и автономное самоуправление партнеров.

Цели сети формулируются на основе побудительных мотивов самой виртуализации. Это может быть как экономия времени или издержек, увеличение гибкости, так и потребность в интернационализации бизнеса, повышение инновационной активности и т.п. При выборе архитектуры сети, предпочтение отдают форме, позволяющей наилучшим образом достичь целей производства благ в новых условиях. [10, с.156]

Виртуальное предприятие выдвигает к сотрудникам следующие требования:

- умение четко формулировать задачи, выражать информацию. В международных организациях от сотрудников требуется знание иностранного языка;
- владение навыками письменной, электронной коммуникации;
- умение структурировать время, особенно свое;
- умение ставить цели;
- умение решать задачи нестандартно;
- ответственность сотрудника персональная, за результаты работы;
- знание правовых основ деятельности предприятия;
- поддержка корпоративной культуры предприятия;
- каждый сотрудник представляет не только группу, в которую он включен, но и всю организацию;
- способность сотрудничества персонала в виртуальной среде, обусловленная как психологическими особенностями индивидов, так и корпоративной культурой и технологиями корпоративного управления виртуальным предприятием. [2, с.180]

При отборе персонала, управленческая структура виртуального предприятия выдвигает к соискателям следующие критерии:

1. Самомотивация;
2. Самодисциплина;
3. Высокие навыки в сфере применения;
4. Подтвержденные способности;
5. Гибкость;
6. Инновативные способности;
7. Высокая степень владения IT-технологиями. [2, с.181]

Персонал в виртуальном предприятии требует особого внимания: так как при выполнении работы у сотрудника отсутствует социальное окружение, то, естественно, снижается и мотивация, связанная с потребностями соучастия и признания.

Для этого менеджмент виртуального предприятия должен уделять внимание обучению и развитию профессиональных способностей сотрудников для их горизонтального продвижения, обеспечивая направленность управленческого взаимодействия и координацию. [2, с.181]

В виртуальном предприятии статус и карьерный рост имеют меньшую мотивирующую силу, так как организационная структура такого предприятия достаточно плоская, а отношения в нем скорее партнерские, чем командные.

Главным измерителем проделанной работы и приложенных усилий является денежное вознаграждение, но высоких результатов с помощью материального стимулирования не достичь, поэтому в процессе работы менеджментом предприятия осуществляется внешнее стимулирующее воздействие. [2, с.23]

Для обеспечения внимания к процессу дистанционного выполнения работы ее содержание проектируется с учетом интереса сотрудника и ответственности за результаты работы. Деятельность менеджера в таком предприятии направлена на распределение и координацию работ и своевременного повышения квалификации сотрудников.

Материальное стимулирование в виртуальном предприятии основано на следующих принципах:

1. Открытая система вознаграждения, при которой персонал знаком с основами системы оплаты их труда, целями и задачами корпоративной системы оплаты труда;
2. Конкурентность вознаграждения, при которой размер вознаграждения зависит от стоимости труда, виртуального авторитета сотрудника;
3. Дифференцированность и персонифицированность систем оплаты труда;
4. Учет внутренних индивидуальных мотиваций персонала;
5. Наличие в системе вознаграждения как моральных, так и материальных стимулов;
6. Классификация сотрудников на стержневых и ситуационных. Стержневым считается такой сотрудник, работа которого основана на знаниях, оценивается по результатам, а система вознаграждения основана на доверии. Оценка ситуационного сотрудника происходит с помощью поведенческих моделей, текущего и дискретного контроля. [2, с.28]

Инфраструктура виртуального предприятия должна обеспечивать выполнение четырех технологических операций:

- осуществление деятельности в виртуальном пространстве;
- максимальное использование информационных технологий;
- коммуникации виртуального предприятия мобильны;
- виртуальное рабочее место доступно сотруднику и имеет доступ в корпоративную сеть. [3, с.180]

При организации виртуальным предприятием рабочих мест организуется корпоративная сеть, имеющая в своем составе набор серверов, к которым разрешен доступ удаленным сотрудникам. Сервера подключаются к сетям связи с помощью коммуникационного оборудования – кабельных модемов или маршрутизаторов. На рис. 3 представлен образец календарного плана реализации виртуального предприятия.

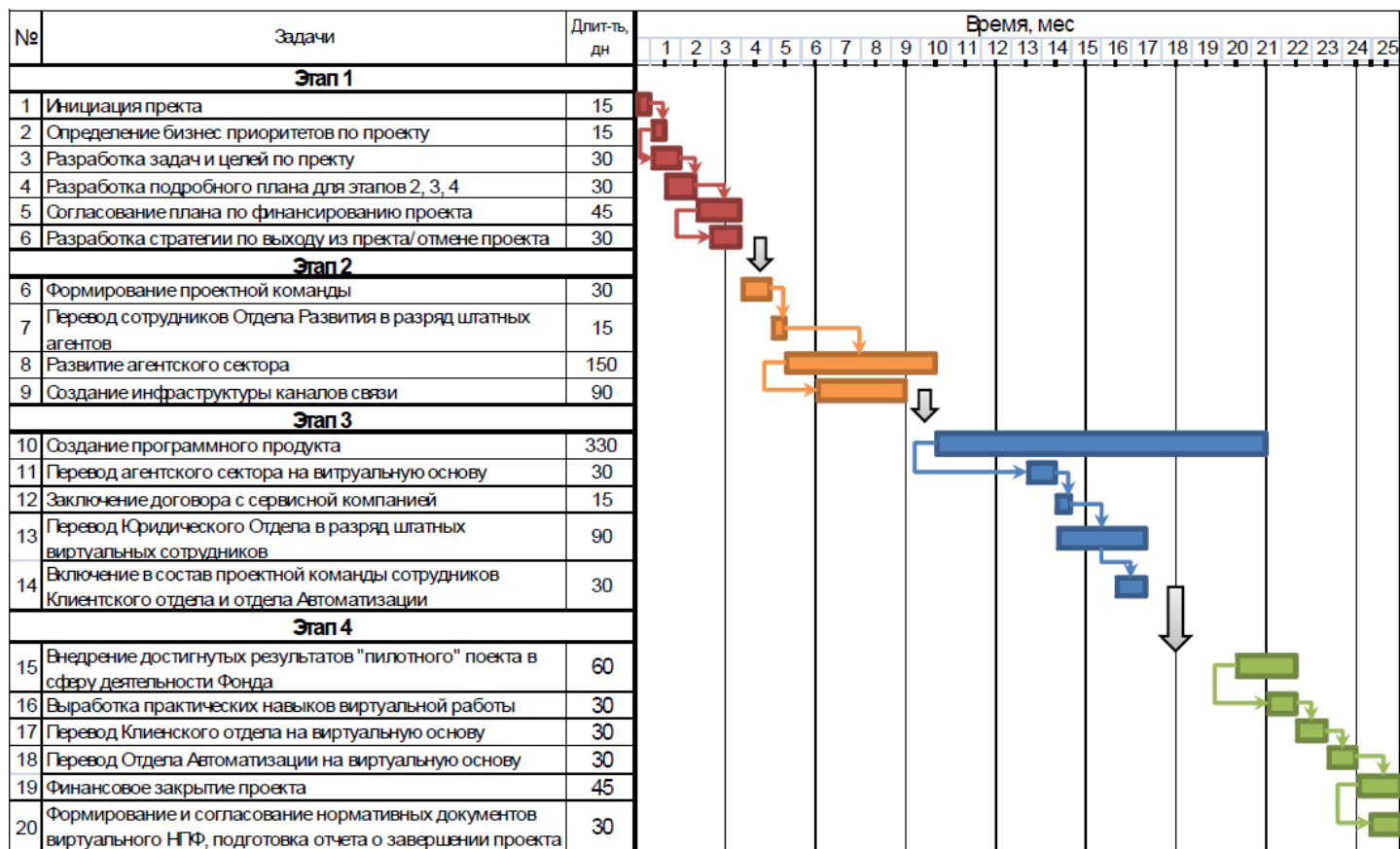


Рисунок 3. - Календарный план реализации виртуального предприятия [3, с.185]

Чтобы обеспечить безопасность и исключить утечку информации, корпоративная сеть переводится в разряд сетей с ограниченным кругом пользователей.

После всех вышепоименованных мероприятий формируется концепция удаленной работы, создается программное обеспечение, обеспечивающее деятельность предприятия, апробируется виртуальный принцип работы, заключаются договора на комплексное сервисное обслуживание компьютерных систем и серверного оборудования. [3, с.182]

Таким образом, практика создания виртуальных предприятий имеет свою историю, но большинство мероприятий осуществляется владельцами таких предприятий на основании собственных представлений и опыта работы в сети. Особенности создания такого предприятия, подбор соответствующего персонала, требования, предъявляемые к виртуальным коллективам таких предприятий еще разрабатываются, но ежедневно приобретаемый опыт становится основой теоретических постулатов.

2. Особенности управления виртуальным предприятием. Риск-менеджмент

- 1.

2.1 Деятельность виртуального предприятия

Рассмотренные в предыдущей главе этапы реализации и создания виртуального предприятия позволяют упростить и ускорить процесс формирования виртуального предприятия и структурировать процесс управления. На рисунке 4 представлена схема функционирования виртуального предприятия.

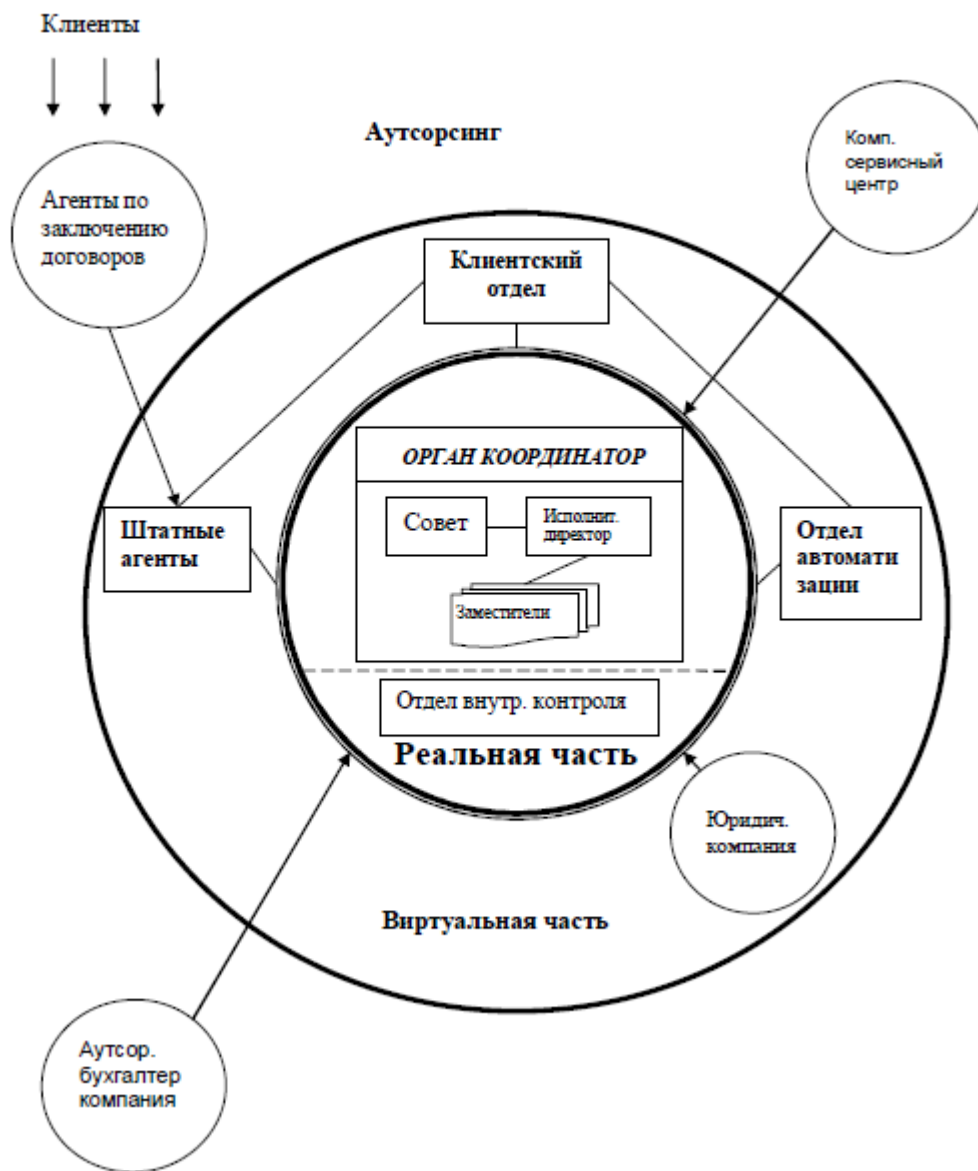


Рисунок 4. – Схема функционирования виртуального предприятия [3, с.185]

Виртуальное предприятие в своей структуре имеет три части, взаимно дополняющие и обеспечивающие друг друга:

- орган-координатор, представляющий реальную часть проекта. В его компетенции разработка институций для предприятия, поиск клиентов и анализ их запросов, синтез товарно-производственных решений на основании этих запросов, регламентация и корректировка деятельности предприятий, входящих в виртуальное предприятие, управление ресурсами этих предприятий;

- подразделения, функционирующие на основе виртуальных взаимоотношений – виртуальная часть проекта. Составляют эти подразделения носители специфических знаний. В их компетенции разработка новых продуктов, принятых к производству на основании запросов потребителей;

- сфера аутсорсинга, которая обеспечивает выполнение работ на договорной основе в рамках своих компетенций. [5, с.106]

Виртуальная деятельность предприятия предполагает и наличие законодательной базы, например, законодательно закреплена электронная подпись. Договора в электронной форме регулируются законодательством, подразумевающим и разъясняющим порядок заключения таких договоров с помощью электронных средств связи, их юридическую силу, правовой статус.

Однако требуется и совершенствование законодательства в этой сфере, особенно это необходимо для непосредственных исполнителей – сотрудников виртуального предприятия. Именно виртуальность отношений «работодатель-наемный работник» позволяет недобросовестному работодателю игнорировать нормы трудового права, что ущемляет права персонала. [11, с.134]

Таким образом, виртуальные предприятия являются полноправными экономическими субъектами, законодателем регламентируется их деятельность и специфические особенности.

- 1.

2.2 Риск-менеджмент для виртуальных предприятий

Рост конкуренции на рынке, дифференциация выпускаемой продукции, стремление к удовлетворению индивидуальных потребностей потребителя, повышение требований к качеству товаров и снижение их цены являются современными тенденциями в мировой экономике. [2, с.218]

Информационные технологии стали локомотивом современного мирового хозяйства и способствовали появлению инновационных форм и методов ведения бизнеса. Именно такой инновационной формой стали виртуальные предприятия.

Создать виртуальное предприятие можно путем объединения ресурсов ряда экономических агентов (предприятий). Преимущества виртуального предприятия состоят в:

1. Широком охвате рынка;
2. Комплексном решении задач и проблем;
3. Возможности перехода виртуального предприятия в фактический вид;
4. Снижении материальных затрат;
5. Возможности создания и эксплуатации инноваций в своей деятельности в сжатые сроки и меньших капиталовложениях. [7, с.188]

Виртуальное предприятие, становясь экономическим агентом, подвержено рисковому ситуациям, как и любая фирма. Практика управления виртуальным предприятием выделяет ряд рисков, характерных для виртуального предприятия:

- отсутствие возможности прямого управления (сильной иерархии);
- опасность потери интеллектуальных разработок и информации на всех уровнях деятельности предприятия;
- осуществление деятельности при нечетких договорных условиях;
- возможность разрушения функциональных связей абсолютно немотивированно;
- усложнение дистанционного взаимодействия;
- наличие сбоев и задержек при передаче информации в информационном пространстве интернета;
- текучесть кадров. [2, с.218]

Особенностью виртуального предприятия является возможность разделения рисков между участниками, что представляет его преимущество. Причинами рисков в системе виртуального ведения бизнеса является несовпадение принципов корпоративного управления участников виртуального предприятия, целей и задач ведения бизнеса и финансовых циклов компаний-участников.

Существующий риск и неизбежные в связи с этим потери – финансовые, материальные определяют создание механизма, который минимизирует потери при принятии и реализации управленческих решений. Именно риск-менеджмент является таким механизмом, особой системой управления риском и

экономическими отношениями, которые возникают в процессе управления.

Правильное использование стратегии и тактики управления в риск-менеджменте позволяет обратить риски в свою пользу, либо максимально минимизировать убытки. [6, с.107]

Система управления рисками предполагает выделение основных этапов риск-менеджмента с определением объектов, подвергаемых риску, это, как правило:

- человек (персонал, руководитель, контрагенты);
- имущество (информация, нематериальные активы);
- имущественный интерес (прибыльность, рентабельность, финансовая устойчивость). [2, с.23]

При разработке системы управления рисками на предприятии определяется орган управления рисками, который состоит в финансовой системе предприятия.

Система управления рисками оценивает цели, к которым стремится предприятие, чтобы их учесть, либо скорректировать в процессе разработки программы управления рисками.

На следующем этапе система управления осуществляет целенаправленный сбор и систематизацию текущей информации для оценки основных параметров деятельности предприятия в условиях риска и неопределенности. [4, с.211]

После прохождения вышеперечисленных этапов происходит идентификация рисков, которым подвергается и может быть подвержено предприятие, распределение их по степени значимости.

На этапе качественного анализа рисков выявляются причины и источники риска, этапы и работы, выполнение которых вызывает риск, то есть устанавливаются потенциальные зоны риска, выявляются практические выгоды от этих зон и возможные негативные последствия при реализации решений, содержащих риск.

Затем проводится количественный анализ, при котором происходит численное определение отдельных рисков, рисков проекта или управленческого решения в целом (н.: метод Монте Карло). [4, с.212]

На заключительном этапе выбираются приемы и способы снижения рисков. При воздействии на виртуальное предприятие внешних и внутренних факторов риска

возможно использование различных способов минимизации риска:

1. Уклонение, этот способ предназначен для управленцев, действующих наверняка. Формами уклонения являются отказ от ненадежных партнеров, отказ от рискованных проектов, увольнение некомпетентных работников;
2. Локализация рисков, используется при осуществленной четкой идентификации рисков и источников их возникновения;
3. Диверсификация рисков состоит в распределении общего риска между участниками;
4. Компенсация рисков предполагает создание механизма предупреждения опасности. [2, с.219]

Виртуальные компании, как и обычные фирмы, чаще всего используют страхование рисков, как основной метод снижения риска, когда часть риска передается страховой компании.

Этот метод надежно защищает виртуальное предприятие от неудачных решений, повышает ответственность управленцев, вынуждая их разрабатывать и принимать обоснованные решения, в соответствии со страховыми требованиями проводить защитные мероприятия.

Виртуальное предприятие, как правило, страхует следующие риски:

- имущественные;
- исполнение договорных обязательств;
- интеллектуальные разработки;
- информацию. [2, с.220]

Интеллектуальные разработки и информация сложны в страховании, ввиду отсутствия у страховой компании достаточной информации для проведения соответствующих расчетов.

Существование виртуальных предприятий выявил и проблемы – низкая «прозрачность» бизнеса, степень доверия участников, риски, связанные с ведением такого бизнеса.

Таким образом, несмотря на наличие проблем и рисков виртуальных предприятий, виртуальные предприятия являются определенной тенденцией современного

бизнеса, которая соответствует современному рыночному развитию и инновационным технологическим изменениям.

3. Преимущества и недостатки виртуальных предприятий. Проблемы и перспективы развития

- 1.

3.1 Преимущества и недостатки объединения фирм в виртуальное предприятие

Все преимущества и недостатки виртуальных предприятий мы объединили в таблицу 1.

Таблица 1. – Преимущества и недостатки кооперации предприятий в виртуальное предприятие*

Показатель Преимущества

Недостатки

Риск

1. Возможность распределения риска между участниками
2. Ориентация на процессы
3. Возможность эффективного использования информации в сетях коммуникации
4. Возможность концентрации на ключевых факторах успеха
5. Возможность интерактивной связи как с персоналом, так и с клиентами

1. Существует опасность одностороннего использования кооперации
2. Узкая специализация подразумевает чрезмерную экономическую зависимость от партнеров
3. Неопределенность в планировании деятельности для участников ВП подразумевает сложности с контролем управления из-за разнородности участников, динамики самоорганизации
4. Опасность потери новейших разработок
5. Конкуренты могут просчитать маркетинговую стратегию предприятия и использовать в своих целях

Затраты

1. Малые транзакционные издержки снижают и общий объем затрат
2. Сокращение временного периода для реализации проекта

1. Осуществляемая деятельность предполагает дополнительные расходы на ИТ
2. Неопределенность в пространстве, разбросанность участников являются предпосылками при увеличении сроков принятия решений
3. При роспуске предприятия возможны дополнительные расходы на реинтеграцию

Результат	<ol style="list-style-type: none"> 1. Привлечение лучших ключевых компетенций определяет возникновение эффекта синергии: результат объединения усилий намного превышает сумму вкладов участников 2. Возможность ускоренного освоения рынка 3. Возможность развития стандартов 4. Возможность усиления позиции на рынке участников виртуального предприятия 5. На неопределенность спроса на рынке предприятие отвечает высокой эластичностью реагирования 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Участники могут состоять и в других виртуальных предприятиях, которые могут конкурировать между собой 2. Необходимость коллегиального утверждения управленческих решений 3. Конкурентное преимущество один участник не имеет возможности использовать 	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Финансовый потенциал участников виртуального предприятия увеличивается 2. Уровень квалификации персонала растет из-за переменчивости организационных ролей персонала, способствующей повышению и творческого подхода к исполняемой работе 3. Отсутствует формализованная организационная иерархия 	<ol style="list-style-type: none"> 1. У участников предприятия связаны ресурсы в целях кооперационного проекта 2. Отсутствует социальная и материальная поддержка от участников из-за отказа от долгосрочных договорных форм и обычных трудовых отношений 3. Из-за приема на работу персонала для выполнения определенной работы возникают трудности по управлению персоналом 	
	Ресурсы		

Таким образом, представленные в таблице плюсы и минусы виртуальных предприятий, позволяют сделать вывод, что виртуальное предприятие имеет

определенные преимущества по отношению к обычному субъекту экономики, а недостатки нивелируются с помощью риск-менеджмента.

Ключевое достоинство виртуального предприятия – возможность выбирать и использовать лучшие ресурсы, знания и способности именно в нужный момент, т.е. с меньшими временными затратами.

- 1.

3.2 Проблемы развития виртуальных предприятий

Деятельность современных предприятий происходит в условиях высокой неопределенности и динамичности окружающей социально-экономической среды.

Чтобы выжить в таких условиях организации должны быть такими же адаптивными, быстрыми и гибкими, как и сама среда.

В свою очередь это породило новую организационную структуру, удовлетворяющую современным требованиям ведения бизнеса, имя которой – виртуальная организация. [3, с.185]

Благодаря развитию современных информационных технологий стало возможным установление партнерских отношений, находясь в любой точке земного шара, выбор и использование наилучших ресурсов, знаний и способностей людей с меньшими временными, ресурсными и трудовыми затратами, позволяющими сделать организацию более конкурентоспособной, по сравнению с компаниями, имеющими традиционные структуры.

Если предприятие переходит в сетевую форму, то требуется не только классическая реструктуризация, но и последовательное и длительное развитие основных компетенций и системных элементов фирмы, разработка новых методов управления.

Не согласованное взаимодействие участников виртуального предприятия при удаленности их друг от друга чревато нарастанием разногласий из-за усложнения связей, конфликтов, спорных ситуаций, что значительно снижает результативность всего предприятия.

Необходимы новый взгляд на вещи и новые формы подготовки персонала, позволяющие понять правила сотрудничества, формирующие адекватные коммуникационное и коллективное поведения, честные, доверительные и надежные отношения.

Кроме того, важным элементом, подлежащим пересмотру, являются отношения с контрагентами, т.к. само понятие конкурент приобретает новое значение. В современной экономике неизвестно, что произойдет завтра и, возможно, сегодняшней «враг» через определенный промежуток времени станет вашим основным поставщиком или иным партнером в цепочке создания благ. [3, с.185]

Таким образом, стремительное развитие технологии в сферах коммуникации и информации предполагает значительный рост производственных и технологических возможностей предприятий в мировой экономике, как следствие, можно предположить и ужесточение конкуренции, неопределенность внешней среды. Виртуальному предприятию для удержания своей доли на рынке необходимо проводить мониторинг изменений и подстраиваться под них.

Представляется рациональным использование всеми субъектами экономики сетевых форм организаций, которые полностью будут отвечать запросам среды и клиентов, чтобы соответствовать современным реалиям.

- 1.

3.3 Перспективы развития виртуального рынка и виртуальных предприятий в Российской Федерации

Человеческое общество прочно вошло в состав виртуального пространства: виртуальные банковские операции, оплата услуг, приобретение предметов личного пользования, бытовой техники, автомобилей.

Поставляемые таким образом товары имеют отличное качество, а отсутствие сайта у компании, с которой мы собираемся сотрудничать может способствовать отказу от контактов с такой компанией.

С точки зрения рядового потребителя информационная экономика является единым предприятием, которое использует возможности современных

информационных технологий.

Виртуальный рынок, возникший при помощи IT, мало чем отличается от классического рынка: тот же свободный перелив капитала, свобода выбора как продавцов, так и потребителей, свободный доступ к информации. [2, с.108]

Однако снижение издержек, гибкость, сокращение сроков поставки продукции (услуг) и равноправие всех участников рынка делает его все более привлекательным. Кроме того, уставшие от подделок, некачественной сборки и ненадлежащего обслуживания российские клиенты все с большим рвением идут на контакт с зарубежными производителями (продавцами).

В тоже время, виртуальное предприятие, снижая одни издержки, неизбежно увеличивает другие: необходимость опережающего роста продаж, создание нового продукта и др.

Виртуальные предприятия могут быть представлены на виртуальных рынках, как в форме предприятия, так и виртуальной компании, полностью принимающей на себя все информационные и коммуникационные возможности IT. [5, с.108]

Создание и функционирование виртуальных предприятий на российском электронном рынке происходит либо в виде самостоятельного образования, либо как продукт деятельности знакомых торговых марок. Наличие виртуального предприятия у производителя, бюджетных учреждений является показателем развития соответствующего учреждения и предприятия, а применяемый электронный документооборот становится показателем (индикатором) уровня организационной и корпоративной культуры учреждения и предприятия.

Первыми российскими компаниями, которые стали образовывать виртуальные предприятия, стали компании, занимающиеся внешнеэкономической деятельностью. Сегодня это крупные рыночные игроки в электронном бизнесе. [5, с.108]

Единственным значимым недостатком является применение российскими компаниями зарубежного опыта без учета российской и региональной специфики.

Виртуальный рынок в Российской Федерации оценивается как перспективный: растущий, инновационный, инфраструктурный и перспективный хотя бы в связи с тем, что его рост превышает рост экономики страны весьма значительно.

Рунет представляется организованным, регулируемым сегментом рынка, на котором функционируют крупные и известные компании: Mail.ru, Rambler, Яндекс, Vkontakte.ru и многие другие. [5, с.109]

Российская интернет-аудитория считается крупнейшей в Европе. С каждым годом количество пользователей сети Интернет растет, обеспечивая повышение объемов онлайн-продаж. Российская исследовательская организация «Левада-центр» предоставила результаты опроса, проведенного 9-12 сентября 2016 года в 48 регионах страны, в соответствии с которыми 73% населения в возрастной категории 18+ используют Интернет, из них 47% ежедневно посещают сеть. [5, с.109]

Авторы опроса пришли к выводу, что именно молодые интернет-пользователи являются потенциальными покупателями в интернет-магазинах. Данные исследования показали, что в общем объеме доля веб-торговли составляет от 2-5%, однако, при этом ежегодно замечается её рост на 25-30%.

Ассоциация компаний Интернет-торговли (АКИТ) представила итоги исследования ритейла: масштаб веб-торговли превысил 544 млрд. руб., из которых 181 млрд. руб. составляют затраты населения на нематериальные товары (авиа и ж/д билеты, цифровой контент, билеты на концерты и в кинотеатры и т.д.), а 363 млрд. руб. потрачено покупателями на материальные блага. [5, с.109]

Обеспечение высокого темпа роста веб-бизнеса требует развития определенных направлений экономических отношений: расширение дистанционной торговли по всей России; повышение качества транспортной инфраструктуры; общенациональная популяризация и адаптация электронных платежей, что является важным фактором, поскольку в РФ недостаточно развита инфраструктура соответствующих систем, а также отмечается низкий уровень использования дебетовых и кредитных карт.

Емкость мирового рынка составляет 1650,7 млрд. дол. США. Однако если структура отечественного рынка представлена 70 % оборудования, 10 % программного обеспечения, 20 % услуг, то в странах Западной Европы соотношение составляет соответственно: 20, 20 и 40 %.[5, с.110]

Согласно концепции развития виртуального рынка в числе проблем, препятствующих инновационной направленности развития, следующие: слабая капитализация отрасли, затрудненность доступа к капиталу и выходу на фондовые рынки, отсутствие возможности венчурного финансирования.

Концепция развития виртуального рынка определила проблемы, которые препятствуют инновационной направленности развития рынка:

- слабая капитализация;
- затрудненность доступа к капиталу;
- затрудненность доступа к фондовым рынкам;
- отсутствует возможность венчурного финансирования. [6, с.81]

Виртуальные предприятия в сфере IT смогут обеспечить рост в отрасли за счет:

- 1) стабильного увеличения ежегодных темпов роста до 26 %;
- 2) достижения ежегодного объема инвестиций в проекты до 100 млн. дол. США (включая размещение акций предприятий на международных фондовых рынках);
- 3) достижения экспорта программного обеспечения не менее 5 млрд. дол. США в год. [5, с.109]

Виртуальные предприятия могут получить экономический эффект за счет:

- экономии на арендной плате (самой дорогой из всех статей затрат);
- совершенствования работы предприятий в информационном пространстве;
- совместного формирования и использования информационных ресурсов производственной деятельности;
- координации усилий, которая может привести к возникновению синергического эффекта. [5, с.110]

Неразвитая система электронных платежей, а также тот факт, что многие интернет-магазины продолжают наличный расчет при доставке, не дает возможности покупателям доверять электронным способам оплаты, создавая препятствия развитию веб-торговли в России.

Электронные платежи обладают рядом преимуществ: легкость в использовании, высокая скорость совершения платежей, отсутствие необходимости для покупателя всегда носить наличные деньги или банковскую карту.

Результаты опроса показали, что более 27% опрошенных никогда не пользовались услугой электронных платежей, поскольку: не хватает навыков их проведения (6%), и не доверяют электронным платежным системам (19%). [5, с.110]

Наиболее часто пользователи используют личный электронный кошелек для оплаты услуг связи (18%), товаров в интернет-магазинах (17%) и услуг интернет-провайдера (12%). [5, с.110]

По данным исследований Ipsos Comcon, в настоящее время наблюдается рост возможности оплаты товаров и услуг посредством мобильных телефонов (36%) и ноутбуков (26%). Так, в первом квартале 2015 г. минимум раз в месяц 44% пользователей электронных кошельков совершали платеж, используя Qiwi (20%), Яндекс.Деньги, (9%) и PayPal (8,8%). [5, с.110]

В Российском Интернете распространены несколько подходов к созданию бизнеса с достаточно динамичной статистикой их применения:

1-й и наиболее популярный подход организации веб-бизнеса представлен в виде модели «Стартап», сущность которой заключается в создании и продвижении сайта с последующей его продажей.

Жизненный цикл «стартап-проекта» характеризуется четырьмя этапами:

- 1) появление и формализация идеи, поиск источников финансирования;
- 2) составление проекта, сбор команды;
- 3) организация рынка для продукта, привлечение целевой аудитории;
- 4) тестирование и продажа проекта. [8, с.77]

Проекты такого типа получили развитие на отечественном рынке после успешных реализаций подобных моделей за рубежом (Facebook.com, Twitter.com и др.).

Примерами российских стартапов могут являться Ok.ru, Vk.com, LinguaLeo, Soub.com и др. Часто инвестиционные фонды готовы приобретать стартапы с целью их последующей перепродажи. [8, с.78]

2-й подход – стратегия оператора – направлена на повышение количества посетителей сайта, внедрение платных сервисов, продажу трафика различными способами.

3-й подход реализует производственную бизнес-модель, которая заключается в создании компании, призванную разрабатывать программные решения, в основном адаптированные для интернет-среды.

За последние 10 лет возросло количество средних и малых веб-студий, которые преимущественно предоставляют полный комплекс услуг по созданию и разработке веб-сайтов различных уровней сложности. [8, с.81]

Таким образом, можно сделать вывод, что веб-бизнес в России развивается достаточно быстрыми темпами с одновременным увеличением числа интернет-магазинов.

Внедрение веб-бизнеса в деятельность предприятия способно обеспечить лидерство среди конкурентов. Однако в России отмечается ряд проблем, препятствующих развитию веб-бизнеса, а именно:

- в первую очередь, недоверие населения интернет-магазинам, по причине отсутствия визуального контакта покупателя с продавцом,

- во-вторых, недостаточное развитие телекоммуникационных сетей, обеспечивающих торговые и платежные операции в Сети. [8, с.82]

Одновременно, все рассмотренные подходы к формированию веб-бизнеса, направленные на увеличение количества посетителей с последующим оказанием им услуг, могут быть успешно реализованы в российской предпринимательской среде.

Таким образом, сетевая экономика и формирующиеся в ней виртуальный рынок и виртуальные предприятия постепенно изменяют образ рыночной экономики. В дальнейшем ситуация будет углубляться и охватываться услугами электронного бизнеса все новые и новые отрасли.

Заключение

Виртуальные предприятия теоретически разрабатывались с 1972 года, после чего форма организации виртуального предприятия стала называться «телеработой». Дальнейшее развитие информационных и коммуникационных технологий привело к современным формам виртуальных предприятий.

Практика создания виртуальных предприятий имеет свою историю, но большинство мероприятий осуществляется владельцами таких предприятий на основании собственных представлений и опыта работы в сети. Особенности создания такого предприятия, подбор соответствующего персонала, требования, предъявляемые к виртуальным коллективам таких предприятий еще разрабатываются, но ежедневно приобретаемый опыт становится основой теоретических постулатов.

Виртуальные предприятия являются полноправными экономическими субъектами, законодателем регламентируется их деятельность и специфические особенности.

Несмотря на наличие проблем и рисков виртуальных предприятий, виртуальные предприятия являются определенной тенденцией современного бизнеса, которая соответствует современному рыночному развитию и инновационным технологическим изменениям.

Представленные в таблице плюсы и минусы виртуальных предприятий, позволяют сделать вывод, что виртуальное предприятие имеет определенные преимущества по отношению к обычному субъекту экономики, а недостатки нивелируются с помощью риск-менеджмента.

Ключевое достоинство виртуального предприятия – возможность выбирать и использовать лучшие ресурсы, знания и способности именно в нужный момент, т.е. с меньшими временными затратами.

Стремительное развитие технологии в сферах коммуникации и информации предполагает значительный рост производственных и технологических возможностей предприятий в мировой экономике, как следствие, можно предположить и ужесточение конкуренции, неопределенность внешней среды. Виртуальному предприятию для удержания своей доли на рынке необходимо проводить мониторинг изменений и подстраиваться под них.

Представляется рациональным использование всеми субъектами экономики сетевых форм организаций, которые полностью будут отвечать запросам среды и клиентов, чтобы соответствовать современным реалиям.

Сетевая экономика и формирующиеся в ней виртуальный рынок и виртуальные предприятия постепенно изменяют образ рыночной экономики. В дальнейшем ситуация будет углубляться и охватываться услугами электронного бизнеса все новые и новые отрасли.

Таким образом, в работе изучены теоретические основы деятельности виртуальных предприятий и историю их возникновения; проанализирована современная практика виртуального предпринимательства и виртуальных предприятий современности; рассмотрены особенности управления виртуальным предприятием и использовании в его деятельности риск-менеджмента; исследованы преимущества и недостатки виртуальных предприятий при объединении; исследованы проблемы и перспективы развития виртуальных предприятий в современных условиях, что являлось задачами работы. Таким образом, цель достигнута - проведено теоретическое и практическое исследование инновационной формы ведения бизнеса на примере виртуальных предприятий.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации: Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // СЗ РФ. 2014. – № 9. – Ст. 851.
2. Бойко, В. В. Электронный менеджмент – как новый тип современного менеджмента / В. В. Бойко // Молодежь и экономика: новые взгляды и решения: межвуз. сб. тр. молодых ученых / под. ред. Л. С. Шаховской; ВолгГТУ. – Волгоград, 2013. – 244 с.
3. Влияние организационной структуры управления на развитие виртуального предприятия / А.И.Уринцов, О.В.Староверова, В.В.Дик // Образование. Наука. Научные кадры. - 2015. - №6. – С. 180-185.
4. Казарцева, О. А. Виртуальное предприятие: сущность и особенности управления / О. А. Казарцева // Молодежь и экономика: новые взгляды и решения: межвуз. сб. тр. молодых ученых / под. ред. Л. С. Шаховской; ВолгГТУ. – Волгоград, 2013. – 244с.
5. Короткова М. В. Становление виртуального рынка в России: проблемы и перспективы развития // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2013. – Т. 4. – С. 106–110.
6. Наука сегодня: проблемы и перспективы развития [Текст]: сборник научных трудов по материалам международной научно- практической конференции, г. Вологда, 25 ноября 2015 г.: в 3 частях. Часть 2. – Вологда: ООО «Маркер», 2015. – 144 с.
7. Пенькова И.В. Виды виртуальных предприятий. // Юбилейная XV международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы и

- перспективы развития экономики». – Симферополь, ИП Бровко А.А., 2016. – 352 с.
8. Перспективы развития электронного бизнеса и электронной коммерции //Материалы международной научно-практической конференции молодых ученых, - М.: МГУ, 2017. – 345 с.Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом: Материалы пятой международной научно-практической конференции 18-19 апреля 2013 г. / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2013. – 377 с.Ташлыкова Е. В., Петухов Р. Н. Виртуальные предприятия в электроэнергетической отрасли // Молодой ученый. — 2015. — №16. — С. 310-313.
 9. Тымчук С.В. Анализ особенностей виртуального предприятия/ С.В.Тымчук // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. - 2016. - №1-1(57). - С. 156-159.
 10. Фоменко Н. М., Ефимов Е. Н. Виртуальные предприятия и анализ факторов эффективности их использования // Молодой ученый. — 2014. — №10. — С. 134-137.