

# Тема 4

1

## Віртуальні підприємства

- 4.1. Поняття віртуального підприємства.**
- 4.2. Класифікація віртуальних підприємств.**
- 4.3. Мобільний офіс як інструмент діяльності віртуального підприємства.**
- 4.4 Інформаційні технології віртуального підприємства.**
- 4.5. Специфіка управління віртуальним підприємством.**

# Рекомендована література

2

1. Имери В. Как делать бизнес в Интернет.-К.,М., СПб:Диалектика,1997.-254с.
2. Современные компьютерные технологии / под ред. А.И. Пушкаря. – Х.: ИД «Инжэк», 2004. –  
464 с.

# 4.1. ПОНЯТТЯ ВІРТУАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА



# Віртуальне підприємство

Поняття віртуального підприємства носить метафоричний характер: фактично здійснюється інтенсивна взаємодія підрозділів і фахівців реальних підприємств у віртуальному просторі. Віртуальне підприємство є найбільш показовим прикладом необхідності гнучкої інтеграції незалежних додатків інформаційних технологій.

# Ознаки віртуального підприємства (1)

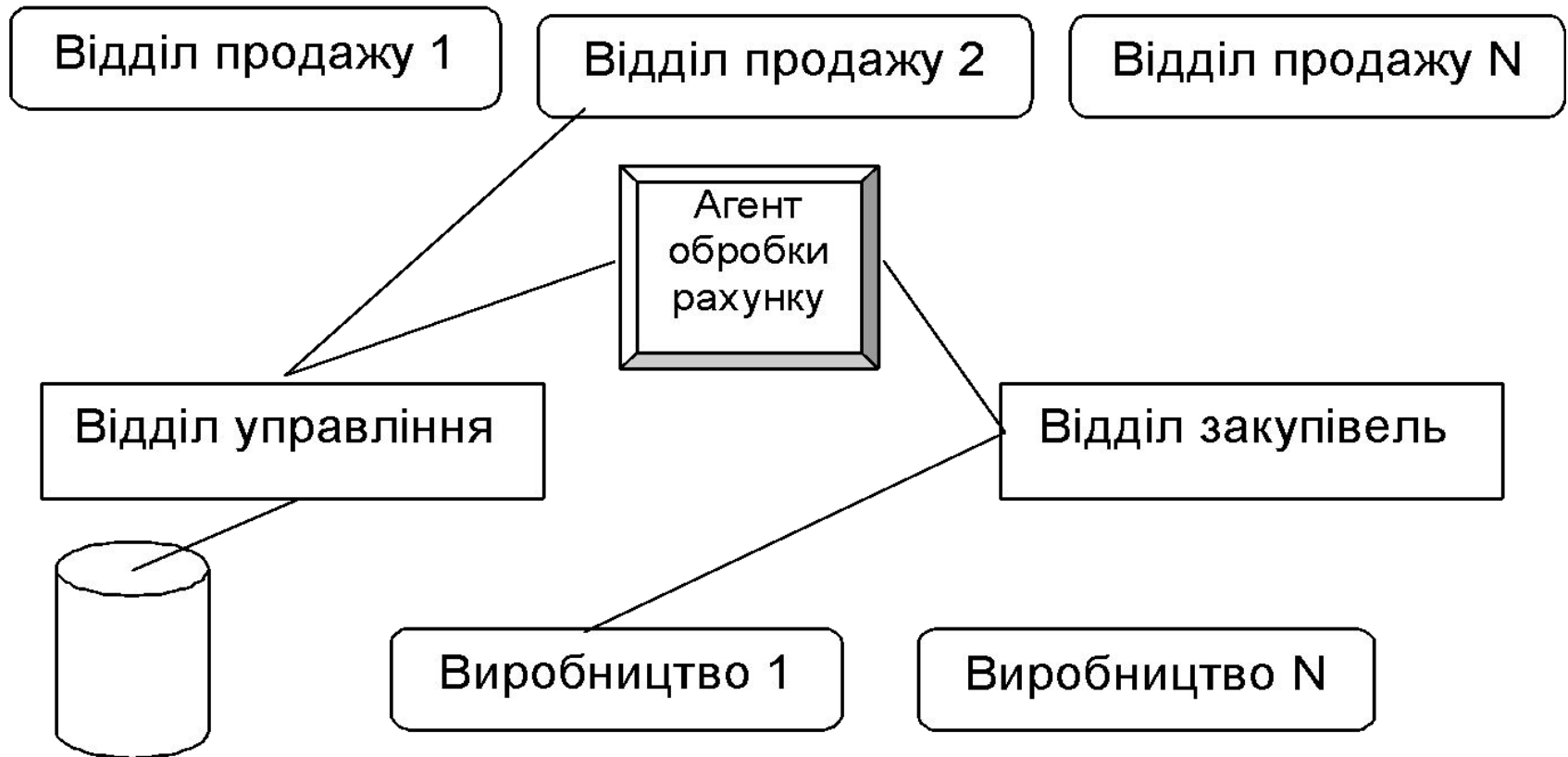
- інтеграція кращих коштів і досвіду різноманітних підприємств у межах стратегічно доцільних об'єднань;
- нагромадження ресурсів по проектах або навколо ключових бізнес-процесів підприємства або життєвого циклу продукту;
- створення автономних робочих груп, вилучене взаємодія колективів співробітників;
- тимчасовий характер, гнучкість, можливість швидкого створення й реструктурування якщо буде потреба;

# Ознаки віртуального підприємства (2)

- сполучення децентралізації й централізації в управлінні, пріоритет координаційних зв'язків;
- максимально широкий розподіл і гнучкий перерозподіл повноважень влади, прийняття рішень на всіх рівнях організаційної ієрархії;
- організація взаємодії фахівців за допомогою обчислювальної техніки;
- вільний обмін ідеями усередині й між рівнями організаційної ієрархії;
- розробка неоднорідних комп'ютерних середовищ і мереж, застосування програмних засобів забезпечення колективної діяльності.

# Схема віртуального підприємства

7



# Віртуальний продукт

У результаті функціонування віртуальних підприємств створюється продукт нового типу, що одержав назву «віртуальний продукт».

Під віртуальним продуктом розуміють продукт, виготовлений і адаптований до запитів споживача в самий короткий строк, у будь-якому місці та у найрізноманітнішій формі, як правило, по обраної споживачем електронної моделі.



## 4.2. КЛАСИФІКАЦІЯ ВІРТУАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ



# Групи критеріїв класифікації віртуальних підприємств

10

Існують наступні групи критеріїв класифікації віртуальних підприємств:

- юридичні;
- географічні;
- господарсько-економічні;
- системно-мережні.

Там же виділяються два їхній головних класи: віртуальні корпорації й віртуальні.

# Віртуальна корпорація

11

**Віртуальна корпорація (ВК)** являє собою електронне об'єднання капіталів (ресурсів) різного типу – фінансового, технологічного, людського (зокрема, інтелектуального) в інтересах виконання складних унікальних проектів, створення продукції світового класу й максимально повного задоволення вимог замовника.

# Віртуальна корпорація

12

Як і її реальний правовий прототип, вона сприяє рішенням двох фундаментальних проблем ринкової економіки:

- ▣ залученню капіталу для виконання унікальних проектів або розподілу бізнес-процесів з метою підвищення конкурентоспроможності продукції;
- ▣ розподілу ризику в інвестиційних проектах.

# Мета віртуальної корпорації

13

Основною зовнішньоекономічною метою створення ВК є об'єднання ключових технологій і досвіду партнерів різних країн для проведення більше ефективних дій на світовому ринку.

# Віртуальна корпорація характеризується:

14

- певною незалежністю від учасників;
- наявністю опосередкованого механізму керування;
- переходом від індивідуальної до колективної відповідальності партнерів і припускає договірні взаємини між всіма вузлами організаційної мережі й формування їхньої спільної власності.

# Віртуальне товариство

15

**Віртуальне товариство (партнерство)** являє собою комп'ютерно інтегровану організацію взаємодіючих осіб, що перебувають у відносинах кооперації, тобто виконуючу спільну роботу й координуючі дії з метою витягу прибутку, будучи географічно вилученими друг від друга.

# Критерії інтеграції віртуальних підприємств

16

Серед найважливіших критеріїв інтеграції віртуальних підприємств виділяються об'єднання господарської діяльності, галузева спільність і юридична самостійність. На основі цих критеріїв вводяться основні типи віртуальних об'єднань:

- віртуальна асоціація;
- віртуальний трест.



# Віртуальна асоціація

17

- У **віртуальній асоціації** партнери, що перебувають на видаленні друг від друга, співробітничать лише при виконанні загальних операцій або функцій. Тут є дві ключові структурні характеристики:
- взаємозалежність між складовими операціями;
  - розподіл відповідальності між учасниками.

# Віртуальний картель та синдикат

**Віртуальний картель** – комп'ютерно інтегрована форма об'єднання юридично самостійних організацій однієї галузі, що мають угоди про ціни, обсяги виробництва, ринках збуту.

**Віртуальний синдикат** – різновид віртуального картелю, у рамках якого крім вищевказаних угод існує єдиний орган збуту продукції учасників віртуального об'єднання.

# Віртуальний пул

**Віртуальний пул** – тимчасове об'єднання різних компаній (можливо різних галузей), де для організацій-членів установлюються правила розподілу загальних видатків і прибутку, що надходять у єдиний фонд, який розподіляється за встановленою пропорцією.

# Віртуальний концерн

**Віртуальний концерн** припускає електронне об'єднання компаній однієї або декількох галузей на основі централізації науково-технічних і виробничих функцій, збуту, фінансів, обліку та ін. Учасники делегують концерну частину своїх функцій - тих, які не можуть виконати самі, але залишаються юридично самостійними.

# Віртуальний трест та ФПГ

**Віртуальний трест** – форма об'єднання, при якій всі сторони діяльності вхідних у нього організацій поєднуються, а самі вони втрачають юридичну й господарську самостійність.

**Віртуальна фінансово-промислова група (ФПГ)** - складається з ряду неоднорідних юридичних осіб, вилучених друг від друга, які повністю або частково поєднують ресурси із застосуванням Інтернет-технологій на основі договору про створення ФПГ для технологічної або економічної інтеграції.

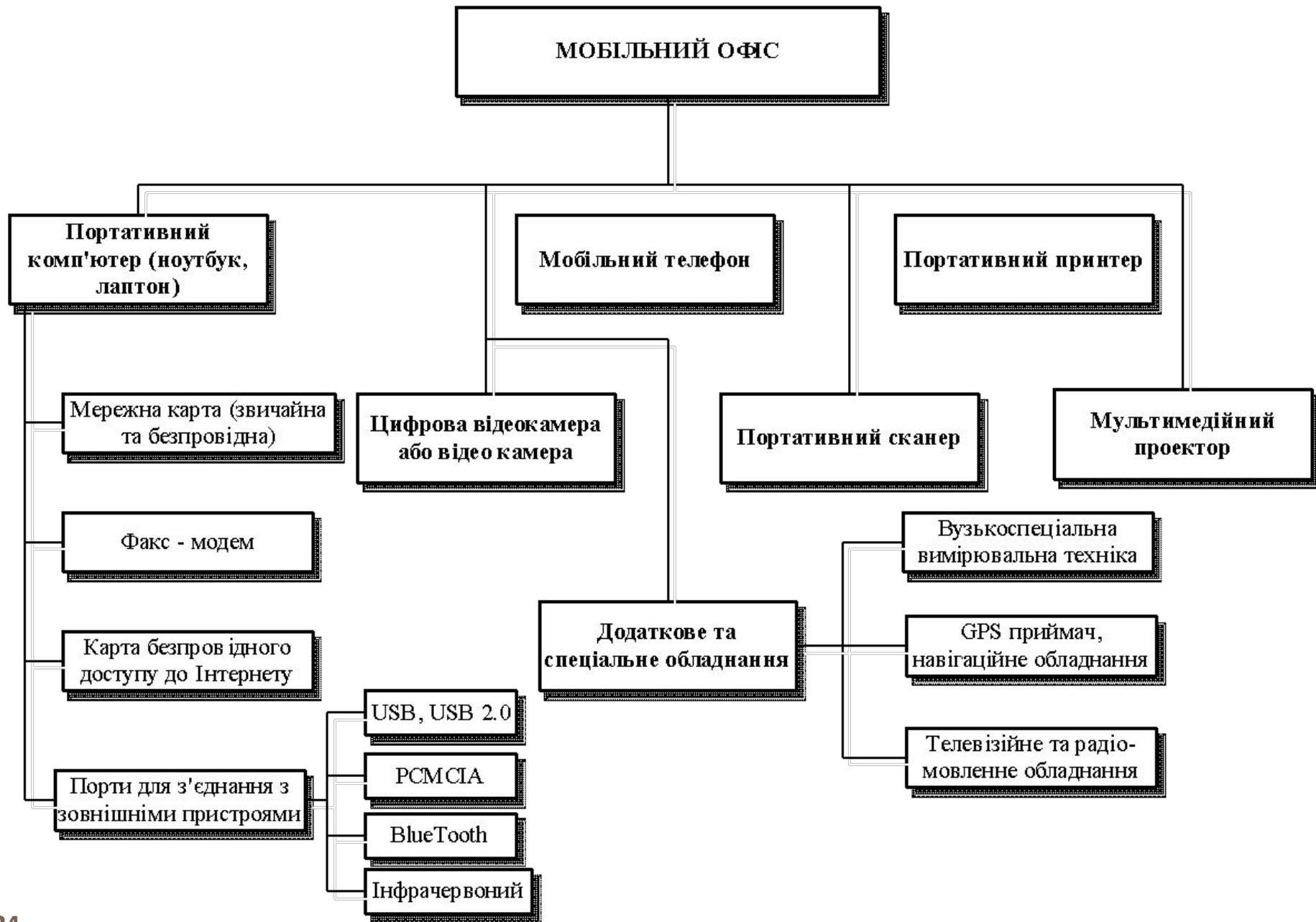
## **4.3. МОБІЛЬНИЙ ОФІС ЯК ІНСТРУМЕНТ ДІЯЛЬНОСТІ ВІРТУАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**



# Мобільний офіс

**Мобільний офіс** - це набір взаємозалежних високотехнологічних компонентів, які дозволяють організувати керівникові нормальну управлінську діяльність за межами основного офісу.

Не всі компоненти є обов'язковими. Частина з них може рідше використовуватися керівником, або взагалі не входити до складу конкретного мобільного офісу.





# Способи обміну інформацією

Як основні способи обміну інформацією між мобільним офісом і іншими комп'ютерами й мережами відзначимо наступні:

- провідне підключення до локальної мережі;
- бездротова локальна мережа;
- модемне з'єднання через телефонну мережу;
- модемне з'єднання через модем МТ;
- бездротової доступ в Інтернет.

# Переваги підключення до локальної мережі бездротовим способом

26

- немає необхідності фізично підключати комп'ютер до мережі, прокласти кабель зв'язку;
- з портативним комп'ютером можна переміщатися в межах офісу навіть у момент активного обміну інформацією;
- вартість концентратів для бездротової мережі хоч і відрізняється від звичайних у більшу сторону, але досить прийнятно для середнього бізнесу й постійно знижується.

## 4.4. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІРТУАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА



# Інформаційні технології

**Інформаційні технології (ІТ)** являються найважливішими складовими сучасних продуктивних сил, що створює додану вартість, і надійним фундаментом здійснення бізнесу. Тому ефективне управління розвитком бізнесу в сучасних умовах можливо тільки із впровадженням нових ІТ, які вносять певну специфіку в процеси формування та реалізації інноваційної стратегії розвитку бізнесу, пов'язану з необхідністю врахування найостанніших тенденцій ІТ-ринку, зміною форм конкурентної боротьби, посиленням впливу кінцевих

# IT і бізнес-процеси, які ними реалізуються

29

Технологія графічного інтерфейсу	Створення електронних каталогів, організація бізнес-сайтів і відеоконференцій, створення контент-проектів
Технологія текстового редактора	Створення бізнес-сайту, контент-проектів, організація електронних каталогів і відеоконференцій
Технологія електронного перекладу	Організація електронних каталогів, відеоконференцій
Технологія пошуку документів	Створення бізнес-сайту, контент-проектів і електронних каталогів
Органайзерна технологія	Організація бізнес-сайту, створення контент-проектів і електронних каталогів

# IT і бізнес-процеси, які ними реалізуються

30

Презентаційна технологія	Бренд-маркетинг, комерційні презентації й відеоконференції, створення електронних каталогів
Табличний процесор	Впровадження електронних платіжних систем, внутрішній і зовнішній аудит е-бізнесу, розробка системи електронних споживчих рахунків і електронних каталогів
Технологія БД	Створення електронних платіжних систем, розробка системи електронних споживчих рахунків і електронних каталогів, внутрішній і зовнішній аудит е-бізнесу
Технологія сканування	Створення контент-проектів, організація бізнес-сайту та електронних каталогів

# IT і бізнес-процеси, які ними реалізуються

31

Технологія друку	Організація бізнес-сайту, обробка грошових розрахунків у Мережі, аудит е-бізнесу, розробка споживчих рахунків і електронних каталогів
Інтранет-технологія	Аудит е-бізнесу, бізнесу-сайту й електронних каталогів
Мультимедіа	Ділові презентації, бренд-маркетинг, організація відеоконференцій і корпоративних порталів
Технологія архівації	Створення контент-проектів, бізнесу-сайту та електронних каталогів
OLE-технологія	Бренд-маркетинг, створення бізнес-сайту та каталогів

# IT і бізнес-процеси, які ними реалізуються

32

Технологія шифрування	Мобільна комерція, створення платіжних систем, електронних каталогів і корпоративних порталів, управління фінансовими ризиками
Spyware-технологія	Мобільна комерція, створення платіжних систем, управління фінансовими ризиками
Тайловий рендеринг	Комерційні презентації, бренд-маркетинг, організація електронних каталогів
Frame Relay, Ethernet, ATM, X.25-технології	Мобільна комерція, створення корпоративних порталів і платіжних систем
IDS-технологія	Мобільна комерція, організація корпоративних порталів і платіжних систем
Емулювання ОС	Створення комерційних порталів, бренд-маркетинг, комерційні презентації



# IT і бізнес-процеси, які ними реалізуються

33

Технологія широкосмужної передачі даних	Мобільна комерція, організація корпоративних порталів, віртуальне координування транзакцій
IP- і тег-комутація	Організація корпоративних порталів, мобільна комерція, здійснення shareware
Технології штучного інтелекту, нейронних мереж, OLAP- і OLTP-технології	Аудит е-бізнесу, розробка платіжних систем, віртуальне координування транзакцій, електронний консалтинг
DW-технологія	Розробка платіжних систем, електронний консалтинг, післяпродажна підтримка споживачів
SMART-технологія	ASP-сервіс, мобільна комерція, віртуальне координування транзакцій, організація корпоративних порталів і платіжних систем

# IT і бізнес-процеси, які ними реалізуються

34

GPRS-технологія	Віртуальне координування транзакцій, мобільна комерція, організація платіжних систем
VPStreaming-технологія	Організація корпоративних порталів, мобільна комерція
Технологія «клієнт-сервер»	Мобільна комерція, здійснення shareware, віртуальне координування транзакцій
Пейджингова технологія	Мобільна комерція, організація платіжних систем, віртуальне координування транзакцій, міжкорпоративний бізнес
IP-телефонія	Мобільна комерція, віртуальне управління угодами, міжкорпоративний бізнес
Web-технологія	Організація корпоративних порталів, мобільна комерція, ділові презентації, ASP-сервіс

## **4.5. СПЕЦИФІКА УПРАВЛІННЯ ВІРТУАЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**



# Управління віртуальними підприємствами

Управління віртуальними підприємствами має передбачати створення його внутрішньої й зовнішньої інформаційної структури, вибір і адаптація програмного продукту, створення єдиного інформаційного поля.

# Управлінські заходи

1. На початку Мережа використовується для маркетингу й інформаційної підтримки, створюються сайти для залучення клієнтів і бази даних про клієнтів, постачальників і т.п.
2. Далі, після адаптації персоналу до роботи в інформаційних полях, починає налагоджуватися інформаційний зв'язок між службами трьох ключових фігур ринку - постачальником, самою компанією й споживачем, коли всі троє створюють єдину електронну інформаційну систему.

# Управлінські заходи

3. Потім визначають головні й другорядні виробничі функції компанії. Другорядні функції має сенс передати на аутсорсинг іншим компаніям, що спеціалізуються в цій області, котрі можуть забезпечити кращу якість при менших витратах. Загалом кажучи, хоча б навіть із цих міркувань подібна операція має сенс.

# Управлінські заходи

39

4. На аутсорсинг віддають маркетинг, логістику, саме виробництво, закупівлі для нього. Ведення бухгалтерії, керування дебіторською заборгованістю можна доручити фактор-фірмам.

Нераціонально передавати на аутсорсинг лише контакти із клієнтом (обслуговування й продажі), тому що саме в цій частині ланцюжка виникають платежі, вивчаються зміни попиту, налагоджуються довгострокові зв'язки.

# Альтернативні варіанти розвитку компанії

Можливі й інші варіанти розвитку компанії.

Компанія може представляти тільки бренд, до якого можна в різних комбінаціях приєднувати різні know-how і набори клієнтських баз даних. Ініціатива тут виходить від менеджерів, що обслуговують бренд, і від власників бренда. Однак ініціатива може виходити й від споживача, що сам здатний скласти ланцюжки know-how і набори виробництв у виробничу мережу.