

Бойченко К. С.

ВІРТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЕКТУВАННЯ

У статті досліджено організаційні та функціональні аспекти створення віртуального підприємства як нової організаційної форми ведення бізнесу для найкращого задоволення вимог споживачів. Обґрунтована актуальність створення віртуальних компаній з метою підвищення ефективності бізнес-проектів. Виокремлено основні складові процесу реалізації бізнес-проекту з утворенням віртуального підприємства. Визначено переваги бізнес-проектів за допомогою створення віртуального підприємства. Запропоновано основні напрями підвищення ефективності реалізації бізнес-проекту шляхом створення віртуальної компанії

Ключові слова: віртуальне підприємство, віртуальна корпорація, бізнес-проект, бізнес-план, кластер, ризик, мережа
Рис.: 1. *Бібл.:* 12.

Бойченко Катерина Степанівна – кандидат економічних наук, асистент, кафедра фінансів підприємств, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (пр. Перемоги, 54/1, Київ, 03068, Україна)

Email: boychenka@ukr.net

УДК 338.984: 658.5

Бойченко Е. С.

ВИРТУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ БИЗНЕС-ПРОЕКТИРОВАНИЯ

В статье исследованы организационные и функциональные аспекты создания виртуального предприятия как новой организационной формы ведения бизнеса для наилучшего удовлетворения потребностей потребителей. Обоснована актуальность создания виртуальных компаний с целью повышения эффективности бизнес-проектирования. Выделены основные составляющие процесса реализации бизнес-проекта с образованием виртуального предприятия. Определены преимущества бизнес-проектирования посредством создания виртуального предприятия. Предложены основные направления повышения эффективности реализации бизнес-проекта путем создания виртуальной компании.

Ключевые слова: виртуальное предприятие, виртуальная корпорация, бизнес-проект, бизнес-план, кластер, риск, сеть

Рис.: 1. *Библ.:* 12.

Бойченко Екатерина Степановна – кандидат экономических наук, ассистент, кафедра экономики предприятий, Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана (пр. Победы, 54/1, Киев, 03068, Украина)

Email: boychenka@ukr.net

УДК 338.984: 658.5

Boychenko Ye. S.

VIRTUAL COMPANY AS A FACTOR OF INCREASE OF EFFICIENCY OF BUSINESS PLANNING

The article studies organisational and functional aspects of creation of a virtual company as a new organisational form of conducting business for the best satisfaction of customer needs. It justifies urgency of creation of virtual companies with the aim of increase of efficiency of business planning. It specifies main components of the process of realisation of a business project with creation of a virtual company. It identifies advantages of business planning through creation of a virtual company. It offers main directions of increase of efficiency of realisation of a business project through creation of a virtual company.

Keywords: virtual company, virtual corporation, business project, business plan, cluster, risk, network.

Рис.: 1. *Библ.:* 12.

Boychenko Yekaterina S. – Candidate of Sciences (Economics), Assistant, Department of Economy of Enterprises, Kyiv National Economic University named after V. Getman (pr. Peremogy, 54/1, Kyiv, 03068, Ukraine)

Email: boychenka@ukr.net

Вступ. У сучасних умовах господарювання виникає потреба в продукті (послугах), що вимагає інноваційного підходу до його виробництва. При цьому підприємства не завжди мають змогу здійснити такі розробки, враховуючи специфічність проблем, високий рівень витрат на перебування виробничого процесу чи складної ієрархії управління та прийняття рішень тощо. Тому під впливом процесів глобалізації та міжнародної інтеграції, з розвитком новітніх інформаційних технологій та посиленням конкуренції виникає необхідність у кооперації компаній, творчих колективів і окремих людей, пов'язаних спільною метою і, що найголовніше, ключовими компетенціями, які необхідні для вирішення поставлених завдань. Все це створює потребу в нових формах ведення бізнесу, однією з яких є віртуальні підприємства, що набувають все більшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виникнення терміну «віртуальне підприємство» передувала проблема створення мережових структур, яка була розглянута Р. Патюрелем [7]. Надалі ідея мережової структури організації підприємства призвела до появи поняття віртуального підприємства в працях таких зарубіжних і вітчизняних вчених: Х. Вютріх, А. Громова, В. Давидова, М. Каменової, А. В. Катаєва, А. Лагоди, Ф. Ларіна, М. Мелоуна, Т. Подчасової, В. Рудницького, Л. Тимашової, Філіпп А., У. Франке та ін.

У наукових працях даних науковців віртуальні підприємства розглядаються як мережі підприємств-партнерів, що спільно організовують коопераційні мережі компаній і володіють ключовими компетенціями для найкращого виконання ринкового замовлення, що базується на єдиній інформаційній системі.

Проведені дослідження дозволяють виділити групу вчених, які в своїх працях приділяють значну увагу проблемам розвитку віртуальних підприємств: Я. Віктор, А. Гоцинський, Д. Гоцинський, В. Колесник, К. Мазурек-Лопацинська, Р. Неструй, І. Савенко, А. Чубала та ін.

Невирішені частини проблеми. Українськими вченими висвітлюються різноманітні проблеми створення та розвитку віртуальних компаній на вітчизняному ринку, однак малодослідженими залишаються особливо актуальні на сьогодні питання: ефективність функціонування віртуальних підприємств в кризових умовах економічного розвитку та негативні аспекти і шляхи зменшення їх впливу. Значно менше уваги в науковій літературі присвячено питанням розгляду віртуальних підприємств як фактору підвищення результативності бізнес-проектів в сучасних умовах господарювання, що потребує проведення спеціальних досліджень.

Метою дослідження є визначення можливостей підвищення результативності реалізації бізнес-проектів за допомогою утворення віртуальних підприємств.

Основні результати дослідження. Концепція віртуальних підприємств з'явилась більше десяти років тому і, в першу чергу, пов'язана з публікацією роботи У. Девідоу та М. Мелоуна «Віртуальна корпорація». Як зазначено в даній праці: «віртуальне підприємство створюється шляхом відбору людських, фінансових, матеріальних, організаційно-технологічних та інших ресурсів з різних підприємств та їх інтеграції з використанням комп'ютерних мереж» [12].

Віртуальне підприємство як різновид мережної організації, було також визначено М. Кастельсом як специфічна форма підприємства, система засобів якого складена шляхом перетинання автономних систем цілей агентів мережі [1].

В. Плєскач і Т. Затонацька надають визначення віртуального підприємства як співтовариства територіально роз'єднаних підприємств або співробітників, що обмінюються продуктами своєї праці та спілкуються винятково електронними засобами при мінімальному або цілком відсутньому особистому контакті [8].

Відповідно до визначення Д. Іванова, віртуальне підприємство – це динамічна відкрита бізнес-система, сформована на базі єдиного інформаційного простору юридично незалежними підприємствами з метою сумісного використання власних ресурсів для наскрізної реалізації всіх етапів економічно привабливих проектів від джерела витоку первинної сировини до передачі продукції кінцевому споживачу [4]. Згідно з цим підходом, учасниками віртуального підприємства виступають усі задіяні в процесі надання послуг, виробництва товару учасники. При цьому між учасниками зберігаються принципи конкуренції, а саме віртуальне підприємство є відкритою системою, вхід у яку і вихід з якої визначаються самими підприємствами.

Т. Подчасова розглядає віртуальне підприємство у двох аспектах: по-перше, як мережеву, комп'ютерно-опосередковану організаційну структуру, що складається з неоднорідних компонентів, розташованих у різних місцях, та створюється шляхом об'єднання організаційно-технологічних ресурсів сукупності підприємств та їх ін-

теграції шляхом використання комп'ютерної мережі; по-друге, як тимчасову коопераційну мережу підприємств (організацій), що володіють певними можливостями для найкращого виконання ринкового замовлення, і базується на єдиній інформаційній системі [9].

Проведені дослідження визначення сутності віртуального підприємства дозволяють стверджувати, що його створення полягає в інтеграції унікального досвіду, виробничих можливостей і передових технологій низки підприємств-партнерів у процесі діяльності над одним чи декількома пов'язаними бізнес-проектами, які вони не здатні виконати поодиночі. Зокрема, утворення віртуальної компанії з неоднорідних складових може забезпечити взаємну компенсацію їх недоліків і підсилення переваг. Так, наприклад, можна об'єднати потужності великих підприємств, але з високим рівнем інерційності та повільною реакцією на зміни ринку, і малих компаній, які потерпають від нестачі ресурсів, але здатні швидко реагувати на зміни.

Основною метою віртуальної компанії є створення гнучкої, географічно розподіленої сукупності підприємств-партнерів, найбільш пристосованої для швидкого виведення на ринок нових продуктів і послуг, підвищення її конкурентоспроможності та оперативної поставки на ринок. Учасники ринку, що об'єднуються у віртуальну компанію, «... розробляють спільний проект, перебуваючи між собою у відносинах партнерства, кооперації, співробітництва ...» [10].

Найважливішою характеристикою віртуального підприємства є гнучка та адаптивна мережева структура. Оскільки така мережа не існує в реальному фізичному просторі, а створюється шляхом інформаційної інтеграції ресурсів партнерів, її нерідко називають квазіпідприємством. При цьому віртуальна компанія об'єднує цілі, культуру, традиції, ресурси, традиції і досвід кількох підприємств-партнерів при розробці складних інноваційних проектів або при виробництві продукції світового рівня, координуючи їх розвиток і представляючи собою «підприємство над підприємствами», тобто метапідприємство. Слід зауважити, що основною проблемою забезпечення ефективності віртуальних підприємств є управління знаннями, циркулюючими в даних мережах.

У процесі організації віртуального підприємства відбувається інтенсивна взаємодія фахівців і підрозділів юридично оформлених підприємств у віртуальному просторі. Виникає штучне співтовариство, сформоване електронним шляхом. При цьому продовжується життєвий цикл окремого підприємства (причому одні й ті ж підприємства можуть одночасно входити до складу кількох віртуальних об'єднань).

Віртуальна корпорація фактично є електронним об'єднанням капіталів різного типу – фінансового, технологічного, людського (зокрема, інтелектуального) в інтересах виконання складних унікальних бізнес-проектів, створення продукції світового класу та максимально повного задоволення вимог споживачів. Як і її реальний правовий прототип, вона сприяє вирішенню двох фундаментальних проблем ринкової економіки: по-перше, залученню капіталу для виконання унікальних бізнес-проектів або розподілу бізнес-процесів з метою підвищення конкурентоспро-

можності продукції; по-друге, розподілу ризику в інвестиційних проєктах.

Грунтовний передпроектний аналіз і встановлення чітких і зрозумілих партнерських відносин дозволять забезпечити ефективне функціонування віртуального підприємства та, відповідно, максимально задовольнити потреби клієнта. У процесі реалізації бізнес-проєкту

шляхом створення віртуальної компанії поняття партнерських взаємовідносин підноситься на новий, вищий рівень (рис. 1).

Таким чином, для створення віртуальної компанії з метою підвищення результативності реалізації бізнес-проєкту необхідно визначити ключові бізнес-процеси та створити продуктивну організаційну систему, а саме:

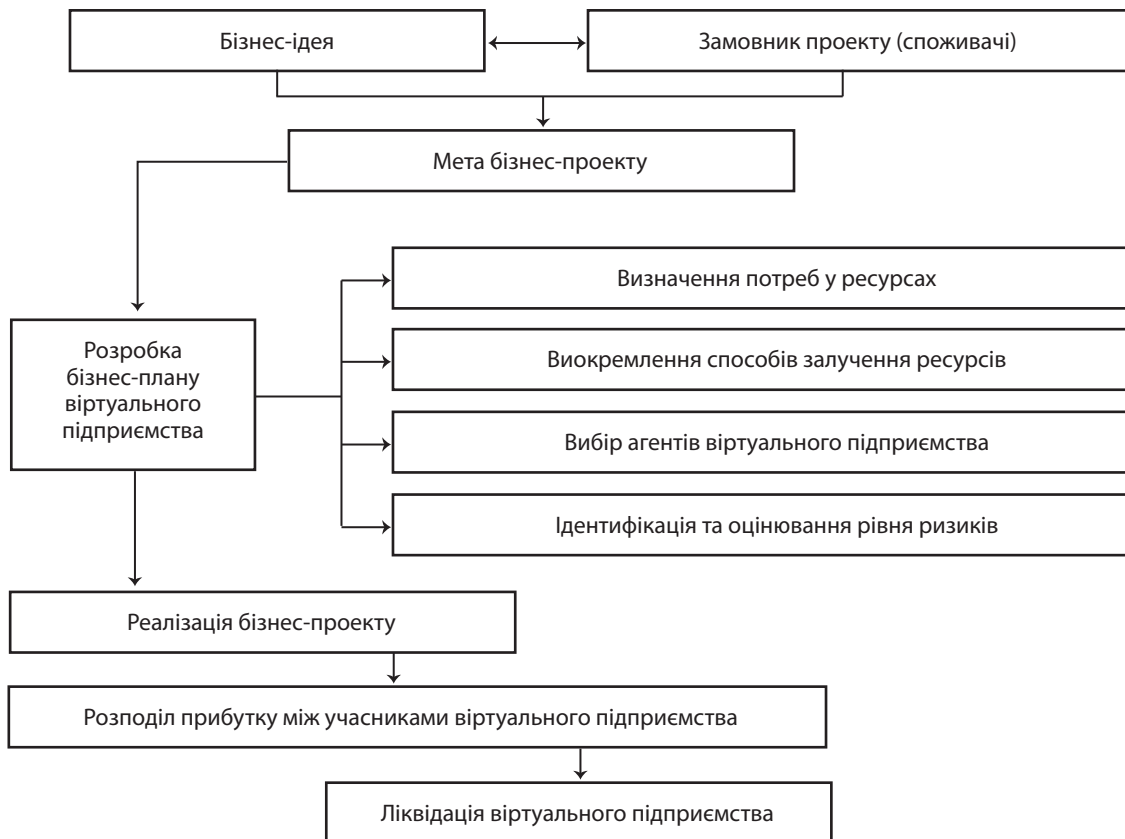


Рис. 1. Процес реалізації бізнес-проєкту з утворенням віртуального підприємства

[Джерело: авторська розробка]

- встановити мету, цілі та завдання бізнес-проєкту;
- визначити основних зовнішніх і внутрішніх споживачів;
- розробити бізнес-план з метою визначення обсягу ресурсів та засобів, які слід задіяти для виконання замовлень споживачів;
- здійснити пошук, залучення та розподіл партнерів (виконавців) бізнес-проєкту;
- провести оцінювання критеріїв продуктивності інформаційних технологій і систем для підтримки визначених бізнес-процесів;
- сформулювати диспетчеризацію, способи та платформи для забезпечення комунікації між учасниками бізнес-проєкту в процесі діяльності віртуальних структур.

При цьому слід зазначити, що використання спільних інформаційних технологій зумовлює додаткові ризики, безпосередньо пов'язані з функціонуванням агентів віртуального підприємства, адже внаслідок несанкціонованих дій стає можливою втрата цінної комерційної інформації.

Крім цього, побудова системи управління вимагає значних фінансових та інтелектуальних ресурсів у той час, коли ефективність віртуального підприємства ще не можливо остаточно визначити [11]. Не враховані на початковому етапі формування віртуального підприємства фактори, в майбутньому можуть спричинити значні проблеми та поставити під сумнів ефективність реалізації бізнес-проєкту в цілому.

Отже, саме на початковому етапі розробки бізнес-проєкту за допомогою створення віртуального підприємства, потрібно залучити спеціалістів, щоб у майбутньому зменшити можливі негативні впливи. Також доречно встановити постійний контроль за роботою системи в цілому і наявними інформаційними технологіями.

Слід також звернути увагу, що особливістю бізнес-проєктування з організацією віртуального підприємства є те, що воно має можливість змінити свою конфігурацію та реалізувати новий або удосконалений проєкт (якщо цього вимагають зміни умов зовнішнього чи внутрішнього середовища функціонування компанії) іншим складом

учасників, оскільки перебудувавши необхідним чином бізнес-процеси, віртуальна компанія може продовжити реалізацію інших проектів не обмежившись тим, для якого її було створено. Завдяки цьому віртуальні підприємства поступово витісняють з ринку компанії із консервативними методами виробництва та спонукають їх до перегляду традиційних моделей ведення бізнесу.

Незважаючи на ряд переваг віртуальної компанії, слід зауважити основний недолік, що впливає з обмеженості строків реалізації бізнес-проекту та несе за собою додаткові ризики, пов'язані саме з недостатнім попереднім аналізом проекту та можливою більш високою вартістю кінцевого продукту, ніж його аналог, реалізований традиційним підприємством, але за більш тривалий час.

Віртуальне підприємство за своєю структурою є формуванням кластерного типу, про що свідчить ряд таких спільних ознак як вузька спеціалізація, добровільність об'єднання, самоорганізація, незалежність учасників, поєднання кооперації та конкуренції, орієнтованість на кінцевий результат, замкнений цикл виробництва тощо. Відмінною рисою кластера від віртуального підприємства є його територіальна обмеженість та постійність функціонування. Віртуальне підприємство, як правило, створюється з метою виконання певного бізнес-проекту, що й обмежує час його діяльності, а можливість поєднання учасників з різним місцезнаходженням забезпечує його гнучкістю та динамічністю. Якщо віртуальне підприємство функціонує постійно, воно набуває характеру віртуального кластера [2].

За результатами проведених досліджень, можна стверджувати, що бізнес-проекування за допомогою створення віртуального підприємства надає ряд позитивних можливостей, а саме:

- підвищення швидкості виконання бізнес-проекту та його результативності; зниження витрат на реалізацію бізнес-проекту;
- більш повне задоволення потреб цільових споживачів;
- швидку реакцію та адаптацію до змін зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування;
- зниження бар'єрів виходу на нові ринки і т. ін.

Класичними прикладами віртуальних підприємств є європейський консорціум Airbus Industries, який виготовляє всім відомі аеробуси, а також об'єднання зусиль компаній Apple та Sony у процесі реалізації бізнес-проекту стосовно Powerbook.

В Україні віртуальні підприємства також активно створюються та розвиваються. Першою серед таких підприємств є потужна корпорація «Квазар-Мікро». Також реалізовано проекти систем інтернет-банкінгу (систем проведення банківських операцій через мережу Інтернет), надаються електронні брокерські послуги. Серед систем, що створюють можливість Інтернет-трейдингу цінними паперами он-лайн, можна виокремити системи компаній

«Атланта Капітал» і «Сократ», а також для здійснення валютних операцій на ринку Форекс – систему компанії Forex Service.

Крім того, активно впроваджуються проекти вітчизняних електронних платіжних систем: система інтернет-комерції на основі кредитних карток; система «PayCash-Україна» на основі електронних грошей, що розміщуються на комп'ютері власника; система «Інтерплат» з використанням смарт-карток тощо. Також набувають розвитку системи для електронної торгівлі, розробляються системи дистанційної освіти, інтернет-страхування та ін.

За результатами проведених досліджень можна стверджувати, що в Україні все ж не спостерігається такого лавиноподібного зростання кількості віртуальних підприємств, як на Заході, та виділити основні причини даної тенденції:

- бізнес-проекування шляхом утворення віртуальної компанії має досить високий рівень ризику, враховуючи практичну відсутність досвіду та ментальність вітчизняних компаній;
- електронне обслуговування з попереднім замовленням товарів є принципово новим для нашого населення;
- низький рівень телекомунікаційної інфраструктури України (необхідність сучасних каналів зв'язку для організації телеконференцій в віртуальних організаціях тощо);
- відсутність відповідної законодавчої бази.

Висновки. Аналізуючи вищевикладене, можна зробити такі висновки:

1. Ідеєю віртуалізації бізнес-проекування є взаємозв'язок бізнес-процесів, спрямований на таку організацію конкретного механізму виробництва товарів або надання послуг на територіально віддалених підприємствах, за якої максимально виявляються ключові компетенції підприємства, персоналу та окремих працівників.
2. Віртуальна компанія дозволяє сформувати гнучку, розподілену в просторі сукупність компаній-партнерів, найбільш пристосованих для якнайшвидшого випуску нової продукції (послуг), підвищення її конкурентоспроможності та оперативної поставки на ринок з метою максимального задоволення вимог замовника (споживачів), а отже, і підвищення результативності реалізації певного бізнес-проекту.
3. Створення віртуальних підприємств з метою більш ефективного бізнес-проекування стане поштовхом до інтелектуалізації виробництва, об'єднання ресурсів, а також ефективного розвитку віртуальних компаній на вітчизняному ринку. Віртуальне підприємство вітчизняного походження має всі можливості до виходу зовнішні ринки, здійснюючи координацію бізнес-процесів відповідно до потреб світового ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабкин Ф. В. Электронная коммерция и новые организационные формы компаний // Менеджмент в России и за рубежом. № 1, 2009 г. – С. 121–129.
2. Гоцинский А. Віртуальні кластери як об'єкти інтегрованого маркетингового управління / А. Гоцинський // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 2. – С. 47–50.
3. Громов А. Технологии для виртуального предприятия / А. Громов, М. Каменова // Открытые системы. – 2000. – № 4.
4. Иванов Д. А. Логистика. Стратегическая кооперация / Д. А. Иванов. – М.: Вершина, 2006. – 176 с.
5. Катаев А. В. Виртуальные предприятия – новая ступень в организации НИОКР // Стратегические аспекты управления НИОКР в условиях глобальной конкуренции: Отчет по НИР № 01.2.00100692. Таганрог: ТРТУ, 2008. – С. 7–12.
6. Ларин Ф. Продюсирование бизнес процессов [Электронный ресурс] / Ф. Ларин // БИГ-Петербург. – 2003. – Режим доступа: <http://www.big.spb.ru>.
7. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 3. – С. 23.
8. Плєскач В. Л., Затонацька Т. Г. Електронна комерція: Підручник. – К.: Знання, 2007. – С. 35–37.
9. Подчасова П. Т. Віртуальні підприємства як сучасна форма організації виробництва / П. Т. Почасова // Збірник наукових праць МННЦ ІТІС. – 2009. – Вип. 14. – С. 24–45.
10. Тарасов В. Б. Предприятия XXI века: проблемы проектирования и управления // Автоматизация проектирования. – 1998. – № 4. – С. 10.
11. Тимашова Л. А. Интеллектуальная система поиска партнеров виртуальных предприятий / Л. А. Тимашова // Управляющие системы и машины. – 2006. – № 1. – С. 52–68.
12. Davidow W. H. The virtual corporation: Structuring and revitalizing the corporation for the 21st century / W. H. Davidow, M. S. Malone. – New York: Harper business, 1993.

REFERENCES

- Babkin, F. V. «Elektronnaia kommertsii i novye organizatsionnye formy kompaniy» [E-commerce and new organizational forms of companies]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*, no. 1 (2009): 121–129.
- Davidow, W. H., and Malone, M. S. *The virtual corporation: Structuring and revitalizing the corporation for the 21st century* New York: Harper business, 1993.
- Gromov, A., and Kamenova, M. «Tekhnologii dlia virtualnogo predpriatiia» [Technology for virtual enterprise]. *Otkrytye sistemy*, no. 4 (2000).
- Hoshchynskiy, A. «Virtualni klasteri yak ob'ekty intehrovanoho marketynhovoho upravlinnia» [Virtual clusters as objects of integrated marketing management]. *Marketynh v Ukraini*, no. 2 (2009): 47–50.
- Ivanov, D. A. *Strategicheskai kooperatsiia* [Strategic cooperation]. Moscow: Vershina, 2006.
- Kataev, A. V. «Virtualnye predpriatiia - novaia stupen v organizatsii NIOKR» [Virtual enterprise - a new step in the organization of R & D]. In *Strategicheskie aspekty upravleniia NIOKR v usloviakh globalnoy konkurentsii: Otchet po NIR № 01.2. 00100692, 7-12*. Taganrog: TRTU, 2008.
- Larin, F. «Prodiusirovanie biznes protsessov» [Producing business processes]. <http://www.big.spb.ru>.
- Pleskach, V. L., and Zatonatska, T. H. *Elektronna komertsii* [E-commerce]. Kyiv: Znannia, 2007.
- Podchasova, P. T. «Virtualni pidpriemstva yak suchasna forma orhanizatsii vyrobnytstva» [Virtual Enterprise as a modern form of production]. *Zbirnyk naukovykh prats MNNTs ITIS*, no. 14 (2009): 24–45.
- Patiurel, R. «Sozdanie setevykh organizatsionnykh struktur» [Creating a network organizational structures]. *Problemy teorii i praktiki upravleniia*, no. 3 (1997): 23.
- Timashova, L. A. «Intelktualnaia sistema poiska partnerov virtualnykh predpriatiy» [Intelligent search partners of virtual enterprises]. *Upravliaiushchie sistemy i mashiny*, no. 1 (2006): 52–68.
- Tarasov, V. B. «Predpriatiia XXI veka: problemy proektirovaniia i upravleniia» [Enterprise of the XXI century: problems of design and management]. *Avtomatizatsiia proektirovaniia*, no. 4 (1998): 10.