

УДК 004.946

ББК 32.94-5

Раев О. Н.

ВИРТУАЛЬНЫ ЛИ ВИРТУАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Раев Олег Николаевич, кандидат технических наук, доцент

E-mail: ncenter@list.ru

Технологический университет имени дважды героя Советского Союза, лётчика-космонавта А. А. Леонова,

Сергиево-Посадский филиал Всероссийского государственного института кинематографии имени С. А. Герасимова

В статье проанализированы существующие определения термина «виртуальное предприятие». Показано, что эти определения не выделяют виртуальные предприятия в какую-то новую категорию предприятий. Чаще всего, название или самоназвание предприятия виртуальным является маркетинговым ходом, не имеющим к виртуальности отношения.

Ключевые слова: виртуальное предприятие, виртуальный рынок, виртуальная реальность, расширенные предприятия, маркетинг, сетевые структуры.

Концепция виртуальных предприятий зародилась около 30 лет назад и за прошедшее время получила широкое распространение, даже книги и учебники были изданы на эту тему.

Однако до сих пор как среди апологетов виртуальных предприятий, так и среди учёных и специалистов нет единого мнения о существовании феномена. Трактовки термина «виртуальное предприятие» у разных авторов разные, дефиниции в большинстве случаев туманны и не раскрывают полностью это понятие.

Поясним некоторыми примерами известных определений.

«Под виртуальным предприятием понимается сеть самостоятельных в правовом, но зависимых в экономическом отношении предприятий, которые на основе общих целей поставляют на рынок определённую услугу» [3]. Во-первых, почему только услуги? Это существенно сужает круг попадаемых под это определение предприятий. И, во-вторых, под приведённое определение подходят все существующие предприятия, поскольку в наше время давно-давно нет натурального хозяйства и все предприятия работают в кооперации с другими предприятиями, как минимум покупая необходимые материалы, изделия и оборудование. Любое предприятие для выполнения заказов, услуг или производства товаров заключает договора с подрядчиками и поставщиками и активно работает с заказчиками и покупателями. Иначе оно не сможет существовать, продавать свои товары, не выдержит конкуренции, не будет экономически эффективным.

Такая же ошибка повторяется в определении: «Виртуальное предприятие <...> представляет собой группу производственных предприятий, объединяющих свои силы для изготовления определённой продукции или предоставления определённой услуги, которая традиционно предоставлялась одним предприятием» [4]. А обычные предприятия разве работают по-другому?

В определении «виртуальное предприятие — это временная межпроизводственная кооперация ряда юридически независимых предприятий» [7] подчёркивается временный характер объединения предприятий. Но так бывает и в случае традиционных предприятий, хотя обычно предприятия редко создаются под разовый заказ, учредители стремятся к постоянной работе, к долгому существованию предприятия, к его стабильной работе.

Существует и такое мнение: «виртуальное предприятие — это организационная структура, осуществляющая основную деятельность в компьютерной сети Интернет и имеющая прибыль от этой деятельности» [2]. Спорность этого определения заключается в том, что в век цифровизации и глобальных сетей все предприятия используют в своей деятельности сетевые технологии. А предприятий, вся деятельность которых осуществляется исключительно в интернете, не настолько много, чтобы опыт их деятельности, их маркетинговые программы и организационные структуры реко-

мендовать для остальных предприятий. Кроме того, если рассматривать предприятия промышленные, торговые, предоставляющие услуги и т. д., то кроме работы в интернете в их деятельности всегда присутствует объектная (товарная) составляющая. Например, книжный интернет-магазин продаёт не только информацию о книгах, распространяя её в интернете, но продаёт и сами книги, в том числе в традиционном бумажном исполнении через самовывоз и доставку почтой или курьером.

На это можно возразить, что существуют услуги по продаже, например, компьютерных программ, баз данных, компьютерных игр, сайтов и т. д., которые не являются материальными (их даже бухгалтеры относят к так называемым нематериальным активам), а их продажу можно организовать исключительно через интернет. Это так, но учтём, что все подобные продукты не могут существовать сами по себе, для их функционирования необходима компьютерная и сетевая техника, с определёнными характеристиками, конфигурациями и возможностями, причём её наличие необходимо как у создателей, так и у продавцов и потребителей. Без техники виртуальные программы и базы данных никому не нужны.

Некоторые авторы в определениях виртуальных предприятий отражают ещё один признак — возможность нахождения специалистов, подразделений или сотрудничающих предприятий в разных местах, в разных государствах, в любых точках мира. «Виртуальные предприятия — это сетевые, компьютерно-опосредованные структуры, состоящие из неоднородных взаимодействующих агентов, расположенных в различных местах» [5]; «виртуальное предприятие — это система отдалённых разнородных предприятий и подразделений, имеющих возможность изменять свой образ и конфигурацию с помощью сетевых и интеллектуальных информационных технологий с целью оптимизации получения дохода каждым из участников в условиях общественной интеграции ресурсов» [1].

Но и традиционные предприятия могут иметь обособленные подразделения, связь с которыми устанавливается в первую очередь через информационно-коммуникационные сети. А пандемия коронавируса в последнее время многих научила эффективно работать дистанционно.

Таким образом, существующие определения виртуального предприятия во многом соответствуют определению традицион-

ного расширенного предприятия, часто эти термины могут рассматриваться как синонимы [7]. Действительно, любое предприятие является юридически самостоятельным. Все коммерческие предприятия нацелены на извлечение прибыли, при этом организуют свою деятельность таким образом, чтобы получать максимальную прибыль. Поэтому любое предприятие внимательно оценивает эффективность своей работы и выстраивает маркетинговые планы, направленные на развитие своего предприятия. С другими предприятиями они работают по договорам, заключаемым на тот или иной срок, определяемый производственной необходимостью. К выполнению конкретных функций или заданий могут привлекаться и физические лица, работающие не на постоянной основе.

Другие определения, не рассмотренные в данной статье, ничего не добавляют к результатам проведённого выше анализа.

Понимая размытость понятия «виртуальное предприятие», апологеты виртуальных предприятий рассуждают, что есть разные уровни виртуализации предприятий, разные категории, вводят в рассмотрение пространство виртуализации предприятий.

«Пространство виртуализации предприятий можно условно разделить на три основные категории явлений:

- виртуальный рынок — рынок товаров и услуг, существующий на основе коммуникационных и информационных возможностей глобальных вычислительных сетей (Интернет);

- виртуальная реальность — отображение и имитация реальных объектов и процессов в кибернетическом пространстве;

- виртуальные организационные формы — динамические сети предприятий, организаций, отдельных коллективов и людей, совместно осуществляющих деятельность по разработке, производству и сбыту определённой продукции» [5].

При этом, возможности виртуального рынка в интернете для сбыта производимой предприятиями продукции или выполняемых ими услуг используют в том или ином виде все современные предприятия. А без этого как выходить на новые рынки товаров и услуг? Виртуальный рынок помогает находить новых покупателей и заказчиков.

Что касается виртуальной реальности, то её классическое фундаментальное определение сформулировал отечественный философ Николай Александрович Носов:

«Виртуальная реальность — реальность, независимо от её природы (физическая, геологическая, психологическая, социальная, техническая и проч.), обладающая следующим рядом свойств:

— порождённость (виртуальная реальность продуцируется активностью какой-либо другой реальности, внешней по отношению к ней; психологические виртуальные реальности порождаются психикой человека),

— актуальность (виртуальная реальность существует актуально, только “здесь и теперь”, только пока активна порождающая реальность),

— автономность (в виртуальной реальности своё время, своё пространство и свои законы существования),

— интерактивность (виртуальная реальность может взаимодействовать со всеми другими реальностями, в том числе и с порождающей, как онтологически независимая от них)» [6].

Очевидно, что через виртуальную реальность обосновать возможную виртуальность предприятий нельзя.

Наконец, виртуальные организационные формы — это категория, которая не определяет исключительность виртуальных предприятий относительно других предприятий, поскольку организационные формы, которые в [5] названы виртуальными, на практике применяются всеми предприятиями с любыми формами деятельности.

ВЫВОДЫ

1. Общепринятого определения, что такое виртуальное предприятие, до настоящего времени не выработано. Поэтому нет чётких критериев, с помощью которых можно определить, относится или нет то или иное предприятие к виртуальным предприятиям.

2. Все существующие предприятия используют цифровые и сетевые возможности, хотя и по-разному. Поэтому можно говорить только о соотношении традиционных и виртуальных технологий в деятельности каждого предприятия.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Агниашвили Л. Г.* Виртуальные предприятия: становление, сущность и преимущества // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Экономика». 2011. № 1. С. 52–58.

2. *Апатова Н. В., Малков С. В.* Виртуальные торговые предприятия как новые субъекты экономики // Учёные записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2013. Том 26 (65). № 1. С. 3–11.

3. *Белякова А. А., Компазова З. Э.* Виртуальное предприятие как новая организационная форма управления // Вестник научных конференций. 2015. № 2-2 (2). С. 27–29.

4. *Бондарчук Е. Ю., Бондарчук Н. Д., Феофанов А. Н., Гришина Т. Г.* Обзор состояния перехода высокотехнологичных и наукоемких предприятий машиностроения к структуре виртуального предприятия // Вестник современных технологий. 2017. № 1(5). С. 4–10.

5. *Катаев А. В.* Виртуальные бизнес-организации. Санкт-Петербург : Политехнический университет, 2009. 120 с.

6. *Носов Н. А.* Словарь виртуальных терминов // Труды лаборатории виртуалистики. Выпуск 7. Труды Центра профориентации. Москва : Путь, 2000. 69 с.

7. *Яблочников Е. И., Фомина Ю. Н., Саломатина А. А., Гусельников В. С.* Методы управления жизненным циклом приборов и систем в расширенных предприятиях / Учебное пособие. Санкт-Петербург : СПбГУ ИТМО, 2009. 149 с.

Oleg N. Raev

WHETHER THE VIRTUAL ENTERPRISES ARE VIRTUAL

Oleg N. Raev, PhD (Engineering), assistant professor

E-mail: ncenter@list.ru

Leonov Moscow Region University of Technology,
Russian Federation State Institute of Cinematography
named after S. A. Gerasimov

The article analyzes the existing definitions of the term “virtual enterprise”. It is shown that these definitions do not distinguish virtual enterprises in any new category of enterprises. Most often, the name or self-name of the enterprise virtual is a marketing move, which has nothing to do with virtuality.

Key words: virtual enterprise, virtual marketplace, virtual reality, extended enterprises, marketing, network structures.

REFERENCES

1. Agniashvili L. G. Virtual'nye predpriyatiya: stanovlenie, sushchnost' i preimushchestva // Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Seriya "Ekonomika". 2011. No 1. P. 52–58.

2. Apatova N. V., Malkov S. V. Virtual'nye torgovye predpriyatiya kak novye sub"ekty ekonomiki // Uchenye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Seriya "Ekonomika i upravlenie". 2013. T. 26 (65). No 1. P. 3–11.

3. Belyakova A. A., Kompazova Z. E. Virtual'noe predpriyatie kak novaya organizatsionnaya forma upravleniya // Vestnik nauchnykh konferentsii. 2015. No 2-2 (2). P. 27–29.

4. Bondarchuk E. Yu., Bondarchuk N. D., Feofanov A. N., Grishina T. G. Obzor sostoyaniya perekhoda vysokotekhnologichnykh i naukoemkikh predpriyatii mashinostroeniya k strukture virtual'nogo predpriyatiya // Vestnik sovremennykh tekhnologii. 2017. No 1(5). P. 4–10.

5. Kataev A. V. Virtual'nye biznes-organizatsii. St. Petersburg : Politekhnikeskii universitet, 2009. 120 p.

6. Nosov N. A. Slovar' virtual'nykh terminov // Trudy laboratorii virtualistiki. Vypusk 7. Trudy Tsentra proforientatsii. Moscow : Put', 2000. 69 p.

7. Yablochnikov E. I., Fomina Yu. N., Salomatina A. A., Gusel'nikov V. S. Metody upravleniya zhiznennym tsiklom priborov i sistem v rasshirenykh predpriyatiyakh / Uchebnoe posobie. St. Petersburg : SPbGU ITMO, 2009. 149 p.