Литература

1. Филина О. Не все едино // Огонек. 2015. № 37.
2. Российское общество и вызовы времени. Кн. 1. М., 2015.
3. Российское общество и вызовы времени Кн. 2. М, 2015.
4. Дискин И.А. Россия, которая возможна. М., 2011.
5. Федотова В.Г. Анархизм и порядок в посткоммунистической России // На перепутье. М., 1999.
6. *Дегтярев А.К., Черноус В.В.* Гражданская идентичность в пространстве националистического дискурса // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2011. № 3. С. 16-20.

Harutyunyan Grisha Atomovich, Postgraduate, Institute of sociology and regional studies, Southern Federal University (160, Pushkinskaya St., Rostov-on-Don, 344006, Russian Federation).
E-mail: grishharut@mail.ru

LOCAL GOVERNMENT IN THE INSTITUTIONAL SYSTEM OF THE RUSSIAN SOCIETY

Abstract

In this article, the author analyses the institute of local self-governance, which represents the interests of the local population and in Russian society plays functions linked to the population's life.On the basis of data from sociological studies and according to the communication scheme of institutionality, the author concludes that instituts of local self-governance with a medium level of trust present potential for stability as a structure of interactions between governmental and social instituts.

Keywords: *the institute of local-governance, the local population, daily practices, support of the life, representation of interests.*

УДК 338.2

РАСКРЫТИЕ СУЩНОСТИ ВИРТУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ ЧЕРЕЗ ДЕКОМПОЗИЦИЮ ЕЕ ПРИЗНАКОВ

Асмаева Екатерина Олеговна аспирант кафедры экономической теории и предпринимательства, Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54).
E-mail: myrsic@inbox.ru

Аннотация

В статье проведен теоретический анализ понятия «виртуальная организация». Выявлен ряд расхождений в определении сущности виртуальной организации среди исследователей. Автором определены признаки, присущие виртуальной организации, и предложен новый подход к определению понятия «виртуальная организация».

Ключевые слова: *управление, виртуальная организация, информационно-коммуникационные технологии, традиционная организация.*

На сегодняшний день многие области жизни современного общества сопряжены с активным развитием информационных и коммуникационных технологий. Развитие бизнеса посредством использования информационных и коммуникационных сетей набирает популярность. Традиционные формы организации производства трансформируются в новые виды организаций – виртуальные. Основными предпосылками становления и развития виртуальных предприятий в условиях информационной экономики стали:

- глобализация и интернационализация производства на основе всемирной компьютерной сети Интернет;

- динамические сдвиги в структуре потребностей, определившие переход от массового производства к дифференциации выпускаемой продукции, направленной на индивидуальное удовлетворение потребностей;
- интеграция в рамках деятельности предприятий;
- информационные технологии [1].

На современном этапе существует множество определений понятия «виртуальная организация», однако единого общепризнанного определения нет. Для глубокого анализа сущности виртуальной организации необходимо проанализировать существующие подходы к определению данного термина.

Впервые термин «виртуальная организация» был использован А. Мошовитсом в 1986 г. в статье «Социальные аспекты автоматизации делопроизводства» [2]. С тех пор было проведено множество исследований, направленных на изучение подобного рода организационных структур, перспектив их развития и применения в XXI веке.

С. Голдман в своей работе «Ловкие конкуренты и виртуальные организации» характеризует виртуальные организации как сотрудничество между компаниями, партнерство или совместное предприятие, где все члены вносят вклад, выполняя свои компетенции [3]. Немецкий исследователь К. Блейхер под виртуальной корпорацией понимал «межорганизационное гибкое предприятие, создаваемое на время, главная цель которого – получение выгоды благодаря расширению ассортимента товаров и услуг» [4]. Подобной точки зрения придерживается и М. Вульф, исследуя сущность понятия «виртуальная организация», он показывает, что географическая разобщенность не мешает реализации партнерства в организациях такого рода [5].

Интересно отметить, что приведенные выше авторы не упоминают о роли информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), необходимых для поддержки сотрудничества в виртуальных организациях. Информационные и коммуникационные технологии выделяют в качестве вспомогательного механизма, необходимого для существования виртуальных организаций такие авторы, как: Дж. Ф. Коатс в статье «Руководство ученых в виртуальной корпорации», Д. Тапскотт в книге «Цифровая экономика», А. Фишер в статье «Глобальная концепция – Виртуальные компании», С.М. Авдошин и В. Б. Тарасов статье «Синергетические организации в экономике XXI-го века», Л. Г. Агниашвили в статье «Виртуальные предприятия: становление, сущность, преимущества» и В. А. Сердюк в статье «От виртуальной реальности к виртуальному правительству: миф или реальность».

Определение одного из ведущих менеджеров фирмы DEC Дж. Хоплэнда является обобщающим по отношению к перечисленным выше, так как он понимает виртуальное предприятие как «сетевую, компьютерно опосредованную организационную структуру, состоящую из неоднородных взаимодействующих агентов, расположенных в различных местах» [12].

Р. Пасторе в статье «Виртуальный фантазер», анализируя сущность понятия «виртуальная организация», делает акцент на процессе интеграции экономических агентов, это основано на предположении, о том, что виртуальная организация должна включать в себя как поставщиков, так и долгосрочных клиентов для повышения результативности производственной деятельности [13].

Наиболее обширное определение термина «виртуальная организация» было предложено Дж. А. Бирном в начале 90-х гг. в статье «Виртуальная корпорация». Под виртуальной корпорацией автор понимает «сеть независимых компаний, поставщиков, клиентов, даже бывших соперников, соединенных информационными технологиями для обмена опытом, разделения затрат и реализации доступа на рынки друг друга. Технологии играют центральную роль в развитии виртуальной корпорации» [15]. Также сходное по смысловой нагрузке определение было предложено Х. Вютрихом и А. Филиппом. Посредством организации виртуального предприятия разрозненные юридически независимые компании реализуя проекты совместно, смогут добиваться результата лучше, дешевле, быстрее, гибче и с конкурентным преимуществом в международном масштабе [16].

Отличие подхода российского ученого И. Д. Котлярова заключается в том, что автор отрицает положение о том, что деятельность виртуальной организации основывается на использовании ИКТ, предполагая, что виртуальная организация «может вести свою деятельность как в интернет-пространстве, так и в традиционной бизнес-среде, а для взаимодействия между участниками использовать любые средства связи» [17].

Авторы приведенных выше подходов заложили фундамент для определения сущности понятия виртуальная организация. Как уже отмечалось, первые исследования, связанные с определением сущности виртуальной организации, были сопряжены с переходом от массового производства к дифференциации выпускаемой продукции, направленной на индивидуальное удовлетворение потребностей и развитием информационных технологий. Для понимания, каким именно образом создание виртуальной организации помогает адаптации к сложившимся условиям, необходимо выявить цель создания подобной организации. Некоторые авторы предполагают, что создание виртуального предприятия необходимо для получения дополнительной выгоды, реализации какого-либо проекта, производства продукции, создания и реализации нового вида продукции и т.д. Все перечисленные выше цели могут реализовываться в рамках деятельности виртуальной организации, однако все они направлены на получение экономической выгоды, а именно максимизации прибыли. Соответственно можно сделать вывод, что целью создания виртуальной организации является максимизация прибыли путем удовлетворения запросов потребителей лучше, дешевле, быстрее.

Далее нам необходимо определить наиболее характерные признаки, присущие виртуальной организации, путем сравнения приведенных выше определений. Анализ представлен в табл. 1.

Таблица 1

Обзор авторских трактовок понятия «виртуальная организация»

Авторы	*Содержание понятия «виртуальная организация»*	*Признаки «виртуальной организации»*
1	*2*	*3*
С. Голдман	Альянсы, необходимые для достижения общей цели, в которых на необходимый период объединены ресурсы, принадлежащие сотрудничающим компаниям, с целью поддержки производства продукта [3].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Партнерство имеет временный характер 3.Партнеры юридически независимы друг от друга
К. Блейхер	Межорганизационное гибкое предприятие, создаваемое на время, главная цель которого – получение выгоды благодаря расширению ассортимента товаров и услуг [4].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Партнерство имеет временный характер 3.Партнеры юридически независимы друг от друга. 4.Обладает гибкой структурой (отсутствие иерархи)
М. Вульф	Способ распределения бизнес-процесса между партнерами и закрепление за ними определенных компетенций, с целью реализации определенного проекта, ресурсы объединяются для выполнения бизнес-процесса, и затем расформировываются по окончанию контракта. Владельцы (собственники) проектов, используют множество ресурсов независимых субподрядчиков, работающих дома или в местных центрах [5].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Партнерство имеет временный характер 3.Партнеры юридически независимы друг от друга 4.Характерна географическая разобщенность партнеров

1	2	3
Д. Тапскотт	Группировка союзников: компаний, частных лиц и организаций, создающих бизнес, основываясь на сети [7].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Базируется на использовании ИКТ
А. Фишер	Альянсы, партнерства и совместные предприятия, которые чаще всего создаются для производства определенного рода продукции, после чего расформировываются. Такие связи, называемые по-разному – виртуальными корпорациями или гибкими предприятиями, становятся проще с использованием компьютерных технологий [8].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Партнерство имеет временный характер 3.Обладает гибкой структурой (отсутствие иерархи) 4.Базируется на использовании ИКТ
С. М. Авдошин, В.Б. Тарасов	Создается путем отбора требующихся человеческих, организационно-технологических финансовых, материальных, и прочих ресурсов различных предприятий и их интеграции с использованием компьютерных сетей [9].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Партнерство имеет временный характер 3.Обладает гибкой структурой (отсутствие иерархи) 4.Базируется на использовании ИКТ
Л.Г. Агниашвили	Система отдаленных 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 [9].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Партнеры юридически независимы друг от друга 3.Обладает гибкой структурой (отсутствие иерархи) 4.Базируется на использовании ИКТ
В.А. Сердюк	Временная или постоянная совокупность географически разобщенных индивидов, групп, организационных единиц или же целостных организаций, функционирование производственного процесса у которых происходит при обязательном участии информационных технологий, включая электронные средства связи [11].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Партнерство может иметь временный характер 3.Характерна географическая разобщенность партнеров 4.Базируется на использовании ИКТ
Дж. Хоплэнд	Сетевая, компьютерно опосредованная организационная структура, состоящая из неоднородных взаимодействующих агентов, расположенных в различных местах. Агенты виртуального предприятия разрабатывают совместные проекты, находясь между собой в отношениях партнерства, кооперации, сотрудничества, координации [12].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Базируется на использовании ИКТ 3.Характерна географическая разобщенность партнеров
В.Н. Бугорский	Предприятие, состоящие из сообщества географически разделенных работников, которые в процессе труда общаются, взаимодействуют, используя электронные средства коммуникации при минимальном или полностью отсутствующем личном, непосредственном контакте [12].	1.Характерна географическая разобщенность партнеров 2.Базируется на использовании ИКТ

1	*2*	*3*
Р. Пасторе	Форма корпорации, в которой в целях оперативного реагирования на рыночные изменения (потребителей), компании подстраиваться под потребительский спрос, выстраивая крепкие взаимосвязи с ключевыми поставщиками и долгосрочными потребителями [13].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Характерна интеграция с потребителем
М.М. Клейн	Состоят из компаний, обращенных к заказчику и сети других организаций, которые сотрудничают, чтобы достичь того, чего никто из них не смог достичь в одиночку, этот метод позволяет каждому участнику сосредоточиться на том, что он делает лучше и снизить свои риски и инвестиции, необходимые для реализации основной цели [14].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Характерна интеграция с потребителем
Дж. А. Бирн	Сеть независимых компаний, поставщиков, клиентов, даже бывших соперников, соединенных информационными технологиями для обмена опытом, разделения затрат и реализации доступа на рынки друг друга. Технологии играют центральную роль в развитии виртуальной корпорации [15].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Партнеры юридически независимы друг от друга 3.Партнерство имеет временный характер 4.Базируется на использовании ИКТ 5.Характерна интеграция с потребителем
Х. Вютрих, А. Филипп	Добровольная временная форма кооперации нескольких, как правило, независимых партнеров (предприятий, институтов, отдельных лиц), обеспечивающая благодаря оптимизации системы производства благ большую выгоду клиентам, использующая возможности самых современных информационных и коммуникационных технологий [16].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Партнерство имеет временныйхарактер 3.Партнеры юридически независимы друг от друга 4.Обладает гибкой структурой (отсутствие иерархи) 5.Базируется на использовании ИКТ 6.Характерна географическая разобщенность партнеров
И. Д. Котляров	Объединение независимых агентов, сформированное на определенный срок для реализации какого-либо проекта, при этом координирование деятельности виртуального предприятия осуществляет тот агент, который отвечает за выполнение данного проекта (например, агент, заключивший договор с заказчиком проекта). Состав агентов виртуального предприятия не является постоянным – в него могут входить новые участники и выбывать старые в зависимости от того, какие именно компетенции востребованы на той или иной стадии выполнения проекта. После сдачи проекта виртуальное предприятие может распасться или продолжить свою деятельность над другим проектом с тем же или иным составом участников [17].	1.Существует в форме альянса, партнерства. 2.Партнерство имеет временный характер 3.Партнеры юридически независимы друг от друга 4.Обладает гибкой структурой (отсутствие иерархи)

Как можно увидеть из табл. 1, разнообразные авторы выделяют целый ряд признаков присущих виртуальной организации:

1. виртуальная организация существует в форме альянса, партнерства;
2. партнеры виртуальной организации юридически независимы друг от друга;
3. партнерство в виртуальной организации имеет временный характер;
4. виртуальная организация обладает гибкой структурой (отсутствием иерархии);
5. деятельность виртуальной организации базируется на использование ИКТ;
6. для виртуальной организации характерна географическая разобщенность партнеров;
7. для виртуальной организации характерна интеграция с потребителем.

Однако, на наш взгляд, не все перечисленные выше признаки в действительности присущи виртуальному предприятию. Далее хотелось бы более подробно проанализировать каждый из представленных выше признаков и выявить характерные черты виртуальной организации.

1. Виртуальная организация существует в форме альянса, партнерства.

В начале 90-х гг. XX в. большинство организаций предпочитали реализовывать весь производственный процесс самостоятельно, основываясь на владении обширным количеством производственных ресурсов. Однако в условиях глобализации рынков и жесткой конкуренции большинству компаний недоставало потенциала для быстрого запуска в производство разнообразных и сложных продуктов, вследствие чего многие организации стали прибегать к формированию альянсов, где каждый партнер выполнял свою ключевую компетенцию. Одними из первых модель виртуальной организации попытались реализовать AppleComputer. На роль делового партнера была выбрана SonyCorporation, которая взяла на себя производство модели ноутюука. Дизайном занялась креативная компания LunarDesign взявшая за основу дорогой и тяжелый MacPortable (разработанный исключительно силами AppleComputer). В результате бюджетный PowerBook 100 стал детищем альянса с японскими производителями, объединив в себе две ключевые характеристики: минимальный вес и минимальную цену. Следовательно, можно сделать вывод, что данный признак является характерной четной виртуальной организации, т.е. в виртуальной организации всегда присутствует партнерство разнообразных экономических агентов.

2. Партнеры виртуальной организации юридически независимы друг от друга.

Необходимо отметить важное отличие альянсов в виртуальной организации от сотрудничества в традиционной форме, таких как трест и синдикат. В виртуальной организации все партнеры являются юридически независимыми друг от друга, что позволяет им разделять риски и быть более устойчивыми. Сотрудничество носит добровольный характер.

3. Партнерство имеет временный характер.

В условиях динамично развивающихся рынков и научно технического прогресса компаниям необходимо не только аккумулировать ресурсы с наименьшими затратами (посредством создания альянсов и партнерств), но и максимально быстро реагировать на изменения потребительского спроса. Соответственно альянсы должны носить временный характер, возможно разовый. Необходимые компетенции объединяются для реализации поставленных целей и впоследствии расформировываются или трансформируются. В данном случае организация временно устойчива [18].

4. Виртуальная организация обладает гибкой структурой (отсутствием иерархии).

Исходя из второго и третьего признака можно выделить следующий признак – гибкость организационной структуры (отсутствие иерархии). Виртуальная организация имеет возможность быстро реагировать и адаптироваться к рыночным изменениям, таким как изменения потребительского спроса, например. Это связано с наличием возможности быстро и с наименьшими затратами (как временными, так и финансовыми) подбирать необходимые ресурсы. Необходимо отметить, что организация может избавляться от дополнительных затрат, в результате отсутствия необходимости содержать отделы и подразделения, которые не задействованы в реализации ее основных компетенций.

4. Деятельность виртуальной организации базируется на использовании ИКТ.

Наиболее значимым, на наш взгляд, признаком виртуальной организации является использование информационных и телекоммуникационных технологий. Возникновение первых виртуальных организаций сопряжено с интенсивным развитием ИКТ и интернета. Существование и развитие виртуальных организаций стало возможным в связи с использованием информационные технологии, так как именно информационные технологи позволяют компаниям находить необходимые ресурсы и объединять их в кратчайшие сроки. Также использование ИКТ дает возможность работать удаленно, что увеличивает скорость принятия решений и снижает транзакционные издержки.

5. Для виртуальной организации характерна географическая разобщенность партнеров.

При анализе походов к определению виртуальной организации нами было выявлено, что некоторые авторы делают акцент на обязательность географической разобщенности партнеров, однако на наш взгляд, это не до конца правомерно. Данный признак не является обязательной характеристикой виртуальной организацией, так как партнеры, объединяющиеся для сотрудничества, могут быть как географически разобщены, так и функционировать в пределах одной территории.

6. Для виртуальной организации характерна интеграция с потребителем.

Данный признак предполагает долгосрочную интеграцию производителя и потребителя для обеспечений большей устойчивости предприятия. Однако данное положение входит в противоречие с поведенным выше признаком – временный характер сотрудничества. Если по итогам выполнения поставленной цели виртуальная организация должна быть расформирована, то долгосрочная интеграция с клиентами невозможна.

На рис. представлена взаимосвязь цели создания виртуальной организации и ее признаков.



Рис. Взаимосвязь цели и признаков виртуальной организации

Как следует из рис., каждый из выделенных нами признаков необходим для достижения цели. Для улучшения качества продукта необходимо увеличение мощности предприятия, достигаемое путем формирования альянсов. Это позволяет также и сделать продукт дешевле, поделив

затраты и риски между равноправными юридически независимыми партнерами. Гибкость же организационной структуры дает возможность оказаться первым при разработке, производстве и реализации продукта. И все вышеперечисленное невозможно реализовать без применения информационных и коммуникационных технологий.

По итогам проведенного анализа можно сделать вывод, что виртуальная организация – это временное партнерство юридически независимых друг от друга экономических агентов, образованное с целью максимизации прибыли каждого из партнеров, предполагающее обязательное задействование информационных технологий в производственный процесс.

Литература

1. *Рейман Л.Д.* Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. 2001. № 3.1. С. 3–10.
2. *Mowshowitz A.* Social dimensions of office automation, in: Myovitz (ed.), Advances in computers. 1986. Pp. 335-404.
3. *Goldman S., Nagel N. and Preiss K.* Agile Competitors and Virtual Organizations New York: Van Nostrand Reinhold. 1995.
4. *Bleecker S.E.* The virtual organization // The Futurist. 1995. – № 28(2). Pp. 9–14.
5. Wolff, M. Ki-Net – New Organizational Structures for Engineering Design, Web page. 1995.
6. *Coates J. F.* Managing scientists in the virtual corporation // Research – Technology Management. 1994. № 6. Pp. 7-8.
7. *Tapscott D.* The Digital Economy // New York: McGraw-Hill. 1996.
8. *Fisher A.* A global concept – Virtual companies // The Financial Times. pp. 12. 16 July 1993.
9. *Авдошин С.М., Тарасов В.Б.* Синергетические организации в экономике XXI-го века // Известия АИН им. А.М. Прохорова. Бизнес-информатика. 2006. Т. 17. С. 155–164.
10. *Агниашвили Л.Г.* Виртуальное предприятие: становление, сущность и преимущества // Вестник РУДН, серия Экономика. 2011. № 1. С. 52–58.
11. *Сердюк В.А.* От виртуальной реальности к виртуальному правительству: миф или реальность // Менеджмент в России и за рубежом. 2002. № 2. С. 15–21.
12. *Бугорский В.Н.* Сетевая экономика: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2008. 256с.
13. *Pastore R.* A Virtual Visionary, CIO, p. 46. July 1993.
14. *Klein M.* M. The Virtue of being a virtual corporation // Best's Review. 1994 – № 6. pp. 89-94.
15. *Byrne J. A.* The virtual corporation // Business Week. 1993. – Feb.8, pp. 98-102.
16. *Вютрих Х., Филипп А.* Виртуализация как возможный путь развития управления// Проблемы теории и практики управления. 1999. № 5. С. 94-100.
17. *Котляров И.Д.* Ведение предпринимательской деятельности в виртуальном пространстве. // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2010. № 2. С. 9–17.
18. *Игнатова Т.В., Рогова В.А.* Управление устойчивостью предприятий как фактор экономической безопасности производства // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2015. № 8 (63). С. 93–99.

***Asmaeva Ekaterina Olegovna**,* Aspirant of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, South-Russian Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (70/54, Pushkinskaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation). E-mail: myrsic@inbox.ru

DETERMINATION OF VIRTUAL ORGANIZATION ESSENCE AS A MANAGEMENT OBJECT THROUGH ITS ATTRIBUTES

Abstract

The article offers theoretical analysis of virtual organization concepts. The different opinions of several researchers of virtual organization are considered. The author reveals a number of virtual organization attributes and the approach to the definition of a virtual organization.

Keywords: *management, virtual organization, information and communication technologies, traditional organization.*