

УПРАВЛЕНИЕ ВИРТУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

О.В. Челомбицкая

НОУ ВПО «Ростовский социально-экономический институт»,
г. Ростов-на-Дону, Россия

Проблема управления виртуальными организациями довольно широко рассматривается сегодня в научной и публицистической литературе как зарубежных, так и отечественных авторов.

Наиболее известными отечественными исследователями в этой области являются Г.Я. Гольдштейн, А.В. Катаев, Чекмарев В.В., Галкин С.Е., Гейтс Б., Громова О.Н. и другие, а также целый ряд зарубежных ученых: Сигел Д., Уорнер М., Витцель М., Ахужда М., Карлей К.М., Моллер К., Вилсон Д., Малон М.

Однако попытки приспособления классической теории управления к современности во многом не систематизированы, что затрудняет практическое использование технологий и методов виртуального управления. Сложность практической реализации выдвинутых концепций виртуального управления определяется также слабой изученностью особенностей их функционирования.

В данной статье исследуются именно особенности стратегического управления виртуальными организационными формами и подходы к управлению предприятиями, использующими данную организационную форму.

В современных условиях хозяйствования проблемы управления виртуальными организациями приобретают все большее значение. Формируются новые рынки, отличающиеся тем, что сложно определить их границы ввиду их виртуального характера.

А.В. Катаев отмечает, что пространство виртуализации предприятий включает три основные категории явлений (таблица 1) [1, с. 10].

Таблица 1 – Основные категории пространства виртуальных организаций

Наименование основной категории явления	Характеристика
виртуальный рынок	рынок товаров и услуг, существующий на основе коммуникационных и информационных возможностей глобальных сетей (Интернет)
виртуальная реальность	отображение и имитация реальных разработок и производства в кибернетическом пространстве, которое одновременно является и инструментом, и средой
виртуальные (сетевые) организационные формы	партнерство (кооперацию) нескольких предприятий для создания, производства и сбыта продукции



Рисунок 1 – Причины банкротств виртуальных организаций в период мирового финансового кризиса

Виртуальный рынок как институт информации и ожиданий, образуется за счет виртуализации экономики. Важным фактором данного рынка выступает оптимальность сочетаний традиционного бизнеса и технологий Интернета [4, с. 22–24].

Наличие виртуальных рынков и виртуальных организаций, действующих в целях извлечения прибыли, позволяют говорить о наличии виртуальной конкуренции, которая вызывает необходимость формирования конкурентных преимуществ.

В настоящее время научная литература предлагает достаточно большое количество точек зрения о понятии, составе и динамике внешней среды организации. Однако вопрос отличия состава внешней среды виртуальных организаций от традиционных форм организаций остается открытым.

В последнее время проявляется новый тип стратегических изменений, обусловленный структурными изменениями в экономике, а не как прежде, неопределенностью внешней среды. Национально-замкнутые экономики сменила глобальная экономика.

Кроме этого, общество со стабильными потребностями преобразовалось в общество с изменчивыми и неопределенными потребностями. Прежние кризисные явления уже рассматриваются как будущие возможности бизнеса [3, с. 22–31].

Главными переменными в макросреде являются технологические, экономические, политические, конкурентные и изменения в сфере потребностей. В этой связи актуальность виртуальных организаций все возрастает.

В большей степени организации имеют дело с конкуренцией в сфере инноваций, в части технологического процесса. Главной ареной конкурентной борьбы являются виртуальные рынки, рынки телекоммуникаций, робототехники, астронавтики, биотехнологий и другие, для которых характерно быстрое развитие.

Основной задачей стратегического менеджмента в традиционных организациях является своевременное реагирование на перемены во внешней среде, обеспечение минимизации их негативного влияния на деятельность организации, сокращение потерь. Однако, как показала практика, виртуальные организации оказались неспособными действовать в условиях мирового финансового кризиса, большинство из них закрылось по ряду причин. Виртуальные организации по своим характеристикам во многом схожи с характеристиками традиционных организаций. Об этом говорит наличие структуры управления и целей. Известный гарвардский ученый Альфред Чандлер высказал идею, что для успешной работы компании необходимо, чтобы ее структура зависела от стратегии развития. Несмотря на то, что данное утверждение неоднократно подвергалось уточнению и корректировке, до настоящего времени иных мнений относительно целесообразности приведения к соответствию структуры и стратегии организации нет. В целях разработки оптимальной структуры управления виртуальной организацией необходимо в первую очередь определить стратегические цели. Отличительные характеристики функционирования виртуальной организации не влияют на процесс целеполагания, и процедура постановки стратегических целей не будет кардинально отличаться от постановки целей традиционной организацией.

Переход от традиционной формы организации к виртуальной форме не значит отказ от системы управления или процесса достижения стратегических целей. Каждый элемент управления для виртуальной организации также важен.

Базовой целью деятельности виртуальной организации является объединение кадрового потенциала и технологий, которыми обладает бизнес-модель, таким образом, чтобы максимально полно удовлетворить потребности, возникшие на виртуальном рынке.

Для реализации этой цели необходимо предусмотреть адекватную организационную структуру, состоящую из лучшего набора реальных и виртуальных элементов. Кроме этого, система реализации стратегических целей требует инвестиций в верхнюю технологию.

В теории стратегического менеджмента остается нерешенным вопрос: виртуальная организация – это стратегическая альтернатива для традиционной организации, или виртуальная организация является самостоятельной формой ведения бизнеса.

Вопрос о разграничении виртуальной организации как стратегической альтернативы и самостоятельной формы ведения бизнеса в проводимых исследованиях и публикуемых работах решается неоднозначно. В одних работах виртуальная организация рассматривается как стратегическая альтернатива развития традиционной организации. Мотивируя это тем, что изменяются лишь технологии работы. Мильнер Б.З. высказывает иное мнение относительно природы виртуальной организации, обращая внимание на отличие принципов образования, отличительных черт виртуальной организации и ведущей роли управления знаниями. В виртуальных структурах важно поддерживать и развивать новый элемент системы управления – управление знаниями [2, с. 37–38]. Рассмотрим принципы образования виртуальных организаций, представленные на рисунке 2.

Принципы образования виртуальных организаций	Отсутствие линейного подчинения
	Географическая рассредоточенность
	Объединение информационных, инновационных технологий и компетенций
	Ускоренное производство и обслуживание
	Гибкая структура
	Глобальный охват рабочих групп
	Непрерывное наращивание интеллектуального капитала

Рисунок 2 – Ключевые принципы образования виртуальных организаций

Из приведенных на рисунке 2 принципов видно, что традиционная организация должна полностью перестроиться, изменить систему координации и соподчинения, реорганизовать систему контроля, наращивать интеллектуальный капитал и исследовать внешнюю среду на предмет возникновения технологических инноваций.

Анализ принципов образования и деятельности виртуальных организаций позволяет выделить отличительные черты виртуальных организаций, а именно:

- различия в компетенциях;
- различия в коммуникациях;
- различия в системах управления знаниями;
- различия в границах;
- различия в управлении и координации.

Виртуальному менеджменту необходим новый набор компетенций, которые полностью заменяют прежние. Данное отличие напрямую связано с различием в управлении знаниями. Знания следует рассматривать как базовое качество, которым необходимо управлять в целях повышения эффективности деятельности организации.

Размытые границы виртуальных организаций ввиду их географической рассредоточенности позволяют присоединить такие элементы, которые не считаются частью системы традиционной организации. Требуется выработать такие подходы к планированию и отчетности, которые принесут больше возможностей, чем раньше.

Таким образом, можно выделить некоторые особенности стратегического управления виртуальными организациями: наличие виртуального мышления; более высокие риски банкротства; размытость границ рынков; функционирование в условиях киберпространства. В дальнейшем виртуальная форма ведения бизнеса приобретет роль главной формы экономической деятельности.