

Întreprinderea virtuală-formă inovativă de organizare a micului business în contextul economiei informaționale

Jalba Elena

Universitatea Tehnică a Moldovei
Chișinău, Moldova
elena.jalba@srco.utm.md

Lilia Sava

Universitatea Tehnică a Moldovei
Chișinău, Moldova
lilia.sava@srco.utm.md

Gujuman Lucia

Universitatea Tehnică a Moldovei
Chișinău, Moldova
lucia.gujuman@srco.md

Serafima Sorochin

Universitatea Tehnică a Moldovei
Chișinău, Moldova
serafima.sorochin@srco.utm.md

Abstract — The main idea of this article is : identification of the main characteristics and features of virtual enterprises and their comparison with traditional enterprises, case for outsourcing as a tool for organizing a virtual enterprise, the development of the scheme to create a virtual enterprise, organizational economic mechanism of management and online store.

Termeni cheie—economie informațională, întreprindere virtuală, outsourcing, outstaffing, telework, e-commerce, magazin on-line.

I. INTRODUCERE

O trăsătură caracteristică a începutului celui de-al treilea mileniu este globalizarea și informatizarea economiei. Dezvoltarea tehnologiilor informaționale, procesele globalizării economiei și formarea pieței mondiale unice duc la schimbări esențiale în economie, cultură, educație, politică. Se observă trecerea treptată de la întreprinderi tradiționale, la baza cărora stau activele materiale, la întreprinderile bazate pe cunoștințe, informații și tehnologii. În plus, actualmente, activele pot fi distribuite și nu concentrate. În urma fenomenelor menționate apar întreprinderi virtuale. Întreprinderile virtuale sunt construcții novative ale relațiilor economice, care permit a realiza interesele agenților economici în mod mai eficient prin intermediul tehnologiilor informaționale.

Modelul nou al business-întreprinderilor presupune reducerea cheltuielilor, creșterea flexibilității și livrarea mărfurilor (serviciilor) în același timp la mai mulți clienți odată. Consumatorii (clienții) devin mai accesibili: mărfurile (serviciile) se vând fără participarea firmei de comerț, nu se consumă timp pentru încărcarea-descărcarea mărfii. Viteza sporită de schimb a informației permite oamenilor dispersați teritorial a lucra în echipă.

Astfel, apare economia virtuală, ca o parte a spațiului economic comun, care se bazează pe parametrii economici

tradiționali - mărfuri, prețuri, volumul vânzărilor, salarii, bugete. Economia virtuală este o parte a economiei generale, dar se deosebește de economia tradițională prin faptul că este capabilă să extindă activitatea economică și socială a oamenilor. Întreprinderile virtuale sunt create cu scopul de a extinde și a perfecționa relațiile economice.

Gestiunea întreprinderii virtuale presupune realizarea sarcinilor complexe, care se deosebesc de managementul companiilor tradiționale prin necesitatea gestiunii cunoștințelor. Însă, pentru crearea și conducerea eficace a întreprinderii virtuale, sunt necesare cercetări teoretice și metodologice bazate pe teoriile moderne. Cercetarea de față este o încercare în acest sens, cuprinzând aspectele teoretice, metodologice și practice de creare și activitate a întreprinderilor virtuale.

II. ÎNTEPRINDEREA VIRTUALĂ CA FORMĂ INOVATIVĂ A MICULUI BUSINESS

Termenul *virtualizare* definește procesele de înlocuire a spațiului real, prin aplicarea tehnologiilor informaționale, cu spațiul virtual. Virtualizarea permite întreprinderilor micului business de a păstra și a majora nivelul veniturilor și a competitivității ei pe piețele actuale și cele viitoare.

Conceptul de întreprindere virtuală a fost formulat relativ recent și este strâns legat de publicarea monografiei autorilor W. Davidow și M. Malone „The Virtual Corporation: Structuring and Revitalizing the Corporation for the 21st Century”. Întreprinderea virtuală se creează prin selectarea resurselor umane, financiare, materiale, intelectuale, organizațional-tehnologice și altele din diferite întreprinderi și comasarea lor la nivel de utilizare a rețelelor de computere. Aceasta permite crearea unui sistem organizatoric flexibil și dinamic mult mai receptiv în ceea ce privește producerea rapidă și furnizarea operativă a noilor produse pe piață. În baza analizelor surselor de specialitate pot fi evidențiate următoarele caracteristici ale întreprinderilor virtuale:

1. Nu este prevăzută pentru lansarea producției-standard. Obiectivul primordial al său constă în profitarea la maximum a oportunităților economiei globale, sistemelor existente de conexiune și de comunicații pentru a crea produse, care sunt cele mai relevante pentru dezvoltarea științei și tehnologiei.

2. Distribuirea teritorială. Pentru fabricarea produsului, întreprinderea virtuală reunește temporar diferiți producători, iar după lansare încetează să mai existe. În cazul acestui tip de întreprindere se respectă principiul de concentrare a producției: întreprinderea virtuală nu poate fi un „gigant industrial puternic”. Dimpotrivă, își minimizează prezența, utilizând doar ceea ce este necesar astăzi pentru muncă.

3. Nu presupun management centralizat. Administrarea este repartizată la fel ca și producția. Fiecare agent activează conform propriilor reguli și legi, singur gestionează propriile resurse, iar întreprinderea virtuală nu se implică în activitatea acestuia.

4. Nu contribuie la crearea sistemelor administrative mari și costisitoare, asemenea celor care s-au dezvoltat activ în ultimii 20-25 de ani. Totodată, astfel de sistem este destul de standardizat. De exemplu, baza de date și baza de cunoștințe ale sistemului analitic de informații sunt ajustate pentru căutare într-un anumit domeniu, ulterior funcționând independent conform regulilor resurselor programate.

5. Au drept scop lansarea produselor tehnologic avansate, iar uneori chiar unicate, fabricate fie într-un singur exemplar, fie în loturi mici. Deși se axează, în fond, pe anumit consumator sau pe grupuri nu prea mari de consumatori, totuși, produsele pot fi chiar nestandardizate. Această tendință se atestă tot mai frecvent în lume (de exemplu: tuning-ul automobilelor moderne), iar pentru întreprinderile supuse cercetării, adică cele virtuale, acest fapt devine o legitate.

6. Renunțarea la producția în masă. Accentul se pune pe tehnologii, calitate, originalitate, satisfacerea cerințelor consumatorului. Managementul întreprinderilor virtuale oferă consumatorilor posibilitatea de a participa la realizarea proiectului, pentru a-și încerca capacitățile în executarea produselor unice.

7. Se ajustează operativ și cu ușurință la dinamica economică, cerințele schimbătoare, noile tehnologii, dat fiind că acest tip de întreprindere este orientat informațional spre modificările de rigoare.

III. ETAPELE ÎNȚIERII ȘI DEZVOLTĂRII ÎNȚRINDERII VIRTUALE

Întreprinderea virtuală este o formă nouă de organizare a businessului direcționată spre crearea unui mecanism nou de concurență pe piață, mai ales pentru întreprinderile micului business care creează produse high-tech. Este un nou lanț de formare a costului, constituită din membri diferiți, dar uniți între ei, care tind spre beneficii reciproce prin sporirea eficacității activității în comun. Într-un astfel de mediu de afaceri, strategia de business este indisolubil legată de strategiile de constituire și de funcționare a organizației.

Etapele evoluției organizației sunt perioade de timp în care se manifestă specificul sarcinilor manageriale în cadrul aceluiași tip de atitudini.

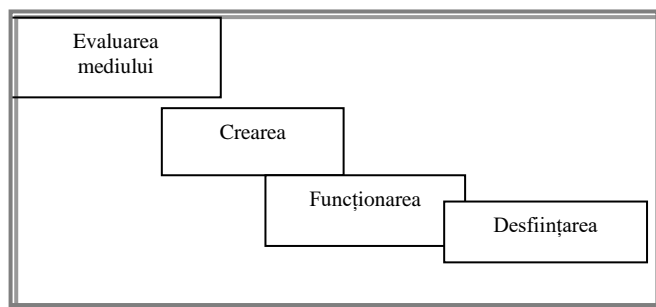


Figura 1 Etapele ciclului de viață a întreprinderii virtuale

IV. COMPONENTELE INFRASTRUCTURII INFORMAȚIONALE A ÎNȚRINDERII VIRTUALE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Tehnologia informației și de comunicații (TIC) din Republica Moldova se înscriu printre domeniile cele mai dinamice ale economiei naționale. Acest sector este capabil să devină unul dintre principalii factori de dezvoltare a competitivității naționale.

Crearea infrastructurii este un proces important, orientat spre realizarea unui proiect concret și întreaga activitate a întreprinderii virtuale este asigurată prin aplicarea mijloacelor tehnice de informare în spațiu și timp.

Prin natura sa, infrastructura întreprinderii virtuale reprezintă o structură informațională a organizației, care leagă cele mai multe elemente într-un algoritm de constituire și funcționare a întreprinderii virtuale. Sunt identificate următoarele componente ale infrastructurii întreprinderii virtuale:

1. tehnologii informaționale și comunicațiile (Netware);
2. diferite mijloace de susținere a activității de grup (Groupware, Collaboration Software, Coordination Software);
3. sisteme corporative de gestiune a cunoștințelor (Knowledge Management Systems);
4. mijloace de construire rapidă de aplicații distribuite în medii eterogene (RADD, tehnologie CORBA, OMA (Object Management Architecture));
5. tehnologii CALS.

V. BIBLIOGRAFIE

- [1] I. Bolun, "Aspecte ale dezvoltării afacerilor electronice în R.Moldova. Afaceri electronice: teorie și practică". Conferință internațională. Chișinău: ASEM, 2001, p.17.
- [2] C.Făuraș, "Problemele manageriale ale organizării și gestiunii instruirii virtuale" Teză de dr. șt. economice. Chișinău, 2005. 128 p.
- [3] Hotărârea Guvernului privind Strategia națională de edificare a societății informaționale - "Moldova electronică". Nr.255 din 09.03.2005. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 25.03.2005, nr.46-50/336.
- [4] T.Leahu, "Organizarea, structurarea și transformarea informațiilor sistemului managerial economic (integrarea aspectelor funcțional și informatic)". Chișinău: CEP USM, 2009. 430 p.