ЗМІСТ

Введение

ГЛАВА 1: віртуальна корпорація

1.1. Віртуальна корпорація - вища форма мережі ділової співпраці

1.2 Інформаційні технології і співпраця

1.3. Віртуальна корпорація

Особливості Віртуальних Корпорацій

Віртуальна Корпорація в області вищої освіти

ВИСНОВОК

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

# ВСТУП

Світ, який раніше оточував організацію, представлявся більш менш стабільним і передбачуваним. З цим була пов'язана необхідність глибше зрозуміти оточення, спланувати бізнес і забезпечити чітке наслідування плану. Управління організацією означало концентрацію основної уваги на питаннях організації і питаннях навчання персоналу.

Але реалії сучасного постіндустріального світу інші: в нім можуть виникати несподівані зрушення і зміни, що несподівано породжують, з одного боку, величезні можливості розвитку для одних організацій (що виявилися готовими до виниклих змін), а з іншого боку, що породжують фатальні умови для інших. Світ став більше хаотичним, і характеристика "передбачуваний" для сучасних реалій стає усе більш примарною. Обсяги знань, які має суспільство, подвоюються кожні, п'ять років, багато ринків досягли перенасичення, а конкуренція прийняла гіперформи, і організації, щоб вижити, повинні реагувати на це відповідним чином.

Більшість з цих змін відбувається за рахунок появи новітніх інформаційних технологій, за допомогою яких стала можлива обробка величезних пластів інформації, що призводить до глобалізації економіки і прискорення змін в оточенні організацій. У цих умовах проблеми захисту і пошуку свого споживача, адекватній реакції на зміни ринку, проблеми самонавчання і само реорганізації стають усе більш важкими.

Реагуючи на ці зміни організації шукають нові форми співпраці, і нові форми управління. На основі сучасних інформаційних технологій, створюються системи реорганізації існуючих організацій і принципово нові типи організацій - віртуальні.

## Глава 1: Віртуальна корпорація

### 1.1. Віртуальна корпорація - вища форма мережі ділової співпраці

Традиційно підкреслюється особливе значення конкуренції, як основного чинника руху будь-якого бізнесу по шляху розвитку. Парадоксально, але зараз співпраця і конкуренція перестають бути поняттями, що взаємно виключають. В умовах гіперконкуренції, коли боротьба за споживача стає все складніше, функціонування конкурентоздатного бізнесу багато в чому залежить від створення мережі ділової співпраці, тобто вступу у вигідний бізнесу альянс.

Мережі ділової співпраці або стратегічні альянси є особливою формою договорів про співпрацю між фірмами з чіткою метою створення для себе конкурентних переваг. При цьому в якості основних видів переваг від такої співпраці бачиться, як правило, вища міра доданої вартості, більше якість і науково - технічний рівень вироблюваних товарів і послуг, підвищена гнучкість бізнесу і сприйнятливість до запитів клієнтів, нижчі витрати виробництва, можливість об'єднання накопиченого компаніями практичного досвіду і технологій, системне об'єднання учасників співпраці, підвищення якості захисту бізнесу по відношенню до у вірогідним новим учасникам

На сьогоднішній момент успіх в бізнесі швидше за все визначатиметься мережевою структурою бізнес - організацій. Мережеву бізнес структуру створити набагато складніше, ніж окремий бізнес. Отже, саме така конфігурація швидше за все буде відмітною, а конкурентна перевага стійкішим.

Мережа ділової співпраці організації складатиметься з основного для неї бізнесу, що грає тут свою центральну роль, тоді як інші види діяльності бізнесу переводяться до інших учасників мережі, для яких саме вони будуть базовими. Зміни в технологіях сьогодні такі, що вони забезпечують економію, гнучкість, ефективність і можливість спеціалізації, достатні для того, щоб скористатися послугами інших організацій для забезпечення багатьох важливих корпоративних функцій, причому якісніше і з меншими витратами. За рахунок цього сьогодні можливе відділення багатьох функцій від основного бізнесу організації.

Подібне звільнення від багатьох функцій за допомогою зосередження на основному виді бізнесу зменшує бюрократизм, дозволяє істотно скоротити число рівнів ієрархії в організаційній структурі, підвищує сприйнятливість організації, дозволяє при цьому кожному членові мережі зосередиться на своїх власних базових видах діяльності. Переважно концентрації на базових видах діяльності і передачі "не базових" видів діяльності стороннім учасникам мережі ділової співпраці, які ефективніші і продуктивніші, полягає в тому, що дозволяє приділяти більшу увагу здійсненню і розвитку саме базового виду діяльності.

Стратегію ланцюга визначає базовий бізнес, активи і види діяльності, важливі з точки зору стратегії, управляються зсередини організації, середньо специфічні - управляються усередині мережі, а низько специфічні отримуються на ринку.

Взаємини співпраці в мережі можна розділити на м'які і жорсткі. До м'яких відносяться в основному неформальні і такі, що грунтуються на короткострокових договірних угодах. Жорсткі взаємини формальніші і припускають довгострокові угоди, що грунтуються на спільному використанні інформації, технічного потенціалу технологій, систем і можуть включати навіть пайове володіння акціями.

Співпраця може мати місце між організацією і її постачальниками, клієнтами, дистриб'юторами, фінансистами, конкурентами, державними структурами і громадськими організаціями. Розвинена мережа ділової співпраці може охоплювати практично усе поле діяльності бізнесу : від постачальників до споживачів.

В умовах мережі ділової співпраці можливе взаємне використання відмітних здібностей організацій - партнерів.

Відмітна здатність залежить від чотирьох чинників:

Архітектура - структури взаємин як усередині організації, так і поза бізнесом, які є критичними з точки зору ділового успіху.

Репутації - яка грунтується на якісних і інших характеристиках продукту, при цьому в рівній мірі важливо, наскільки ефективно така інформація доводиться до споживача.

Інновацій - потенційних можливостей успішно розробляти і виводити на ринок нові продукти і послуги.

Стратегічних активів - переваг, заснованих на впливі або положенні на ринку, включаючи природну монополію, вартісні переваги і ринкові обмеження (такі як ліцензування бізнесу).

Взаємне користування організаціями чинниками відмітних здібностей партнерів по мережі співпраці надзвичайно вигідно, оскільки їх самостійне створення вимагає великих інвестицій і часу.

У крайніх випадках співпраця може спричинити поглинання компанії, але такий результат можливий і при традиційному виді конкуренції. Проте найчастіше співпраця має місце між організаціями, що зберігають незалежність, співпрацюють у рамках мережевої структури на короткій основі або довгостроковою.

Ідеальна мережа співпраці включає організації, на 100% задовольняючі потреби один одного, коли мережа будується не навколо одного центру: базового бізнесу однієї компанії, а децентрализовано: кожна компанія займається своїм видом базового бізнесу, тим самим виконуючи свою роль в мережі. У реальному житті потужні мережі ділової співпраці створюються великими компаніями, які диктують поведінку своїм дрібнішим партнерам.

Головні проблеми освіти і управління мережами ділової співпраці - проблеми інтеграції і координації діяльності різних організацій, які частенько віддалені один від одного географічно і діють в що швидко змінюється кліматі бізнесу. Успіх такої мережі співпраці багато в чому залежить від того, наскільки ефективно основний бізнес справляється з ітерацією своїх власних активів і функцій, з активами і функціями своїх партнерів, а це у свою чергу, багато в чому залежить від рівня організації інформаційних потоків між учасниками мережі.

### 1.2 Інформаційні технології і співпраця

Створення мереж ділової співпраці, як наступного етапу розвитку бізнесу, було б не можливе без розвитку нових інформаційних технологій. Потоки інформації при функціонуванні одного бізнесу ростуть з кожним днем, а об'єми інформації в мережі ділової співпраці автоматично зростають у декілька разів, за рахунок того, що в мережі працює відразу декілька організацій.

Технологія, хоча сама по собі і недостатня, є важливим елементом інформаційного забезпечення, тим фундаментом, на якому стає можливим створення розвинених мереж співпраці. Розробки в області інформаційної і телекомунікаційної технології (ИТТ) зробили можливим досягнення таких рівнів сприйнятливості, інтеграції і координації, які потрібні для управління мережею ділової співпраці.

До найбільш важливих досягнень розвитку інформаційних технологій слід віднести збільшення обчислювальної потужності комп'ютерів і розвиток засобів зв'язку. У самій структурі інформації сталися радикальні зміни. Сталося зрушення від централізованої інформаційної системи на базі однієї обчислювальної машини до розподіленої обробки інформації на численних робочих станціях, потужності яких перевищує потужність головного комп'ютера централізованих систем. Якщо в 1980 р. процесор, здатний виконати 1 млн. операцій в секунду, коштував $ 1 млн., то сьогодні такий процесор коштує $ 100. Це свідчить про те, що обробка інформації стає усе більш доступною.

Існування локальних мереж дозволяє збільшувати швидкодію організацій, а існування глобальної інформаційної мережі дозволяє здійснювати дешевий зв'язок між партнерами географічно віддалених один від одного. Розвиток засобів зв'язку практично зводить нанівець" проблему географічної розкиданості партнерів. На зміну звичним телефонним мережам приходять інтегровані системи цифрової інформації. З їх допомогою стає можливою швидка і дешева передача не лише мовної інформації, але і текстовою, графічною, звуковою і відеоінформації. Використання супутникових мереж зв'язку вигідне для великих, географічно розкиданих організацій. ИТТ стає одним з основних чинників розвитку і відкриває глобальні можливості для бізнесу.

Раніше зв'язок організації з постачальниками, клієнтами, дочірніми підприємствами були сильно ускладнені з - за інформаційній несумісності. Сумісність залежить від здатності різних інформаційних систем обмінюватися інформацією. Але сьогодні розвиток ИТТ з урахуванням сумісності і доступності широкому кругу користувачів зумовив сильне зрушення на користь відкритих інформаційних систем, які можуть обмінюватися різними формами даних. Завдяки створенню таких операційних систем як UNIX, MacOS, Windows і DOS стала можлива глобальна інтеграція різних інформаційних систем.

Нарощування можливостей сумісності сприяють розвитку здібностей організацій обмінюватися інформацією з пов'язаними з нею субагентами за допомогою комп'ютерних технологій. Цю здатність прийнято означати ЭОД - стандарт електронного обміну даними. Подібні системи зв'язку скорочує час реакції організації на зміни ринку, підвищує гнучкість і оперативність управління, забезпечує повнішою інформацією. Розвиток глобальної мережі Інтернет прищепив до розвитку прямих зв'язків між організацією і її потенційними клієнтами. Якщо раніше зв'язок між компанією і клієнтом закінчувався на стадії роздрібного продажу, то сьогодні можливий прямий зв'язок між організацією і споживачем. По засобах глобальної мережі став можливий зворотний зв'язок з потенційним клієнтом навіть на стадії розробки товару або послуги. Для компанії це можливість легшого і швидшого дослідження ринку, прогнозування попиту і як наслідок швидшої реакції на мінливий попит споживача.

Головна перевага, яка надає ИТТ компаніям, - це управління великим стратегічним вибором, чим у конкурентів. ИТТ сама по собі не веде до володіння конкурентною перевагою, але нові інформаційні технології колласально збільшують кількість альтернативних способів організації компаніями свого бізнесу, наприклад, через організацію співпраці. Оскільки стабільна конкурентна перевага залежить від здатності знаходити краще і відмітні способи своєї діяльності, то ИТТ, надаючи більший стратегічний вибір, при грамотному управлінні, полегшує пошук нових форм діяльності і організації, що у свою чергу веде до володіння конкурентною перевагою.

### 1.3. Віртуальна корпорація

Віртуальна Корпорація - це організація, яка створюється для виконання якої-небудь роботи або реалізації виникаючої потреби. Це дозволяє уникнути постійних змін організації і в той же час використовувати виникаючі можливості. Якщо бюрократія має внутрішню спрямованість цілей, органічні організації більше говорять про своє призначення, місію, і цілі спрямовані зовні, то ВК не має мети, вона сама є мета. Вона з'являється в потрібний час, в потрібному місці для реалізації можливостей і потім зникає. Така "надшвидкість" технологічно вже можлива, питання за організацією, людьми, завданнями, способами і прийомами управління, а тут на перше місце виходять довіра, дисципліна і взаєморозуміння, на чому будуються стосунки між людьми.

ВК створюється з різних підприємств на контрактній основі, не має єдиної юридичної організаційної структури, та зате має загальну комунікаційно-інформаційну структуру, яка забезпечує інтеграцію зусиль партнерів при виконанні якогось проекту. ВК можна розглядати як свого роду метапредприятие, що об'єднує цілі, ресурси, традиції і досвід декількох підприємств для виробництва і надання інноваційних послуг або виробів.

У загальному випадку ВК є складною системою, утвореною з віддалених одна від однієї груп людей (віртуальних колективів), що об'єднуються на основі симбіозу провідних мережевих і інтелектуальних технологій, наприклад, Інтернету і засобів управління знаннями. Електронним шляхом формується штучне співтовариство, яке існує і розвивається у віртуальному просторі.

З одного боку, відбувається злиття мережевих і інтелектуальних технологій, оскільки мережа, будучи однією з найважливіших форм колективного інтелекту, тісно пов'язана з процесами самоорганізації, спонтанного виникнення нових структур. З іншого боку, йдеться про формування єдиної системи підтримки комунікативних процесів на ВК.

Віртуальна корпорація це наступний крок в розвитку мереж ділової співпраці Віртуальна корпорація - це мережа ділової співпраці, що включає базовий вид бізнесу, його постачальників і споживачів, діяльність яких інтегрується і контролюється за допомогою широкого застосування ИТТ.

**Поява нових ИТТ.**

Існує декілька ключових характеристик, які можна розглядати як передумови для того, що б рахувати мережа співпраці віртуальної на сьогодні :

Мережа співпрацюючих компаній і клієнти сконцентровані навколо основного виду бізнесу

Концентрація окремих учасників мережі навколо базового виду бізнесу

Спільні взаємодоповнювані цілі.

Об'єднання бізнес - стратегій у рамках мережі

Інтеграція бізнес - і інформаційних стратегій.

Загальна технологія, яка часто пропонує існування загальної комп'ютерної мережі супутниковій і/ або кабельному зв'язку, загальні стандарти програмного забезпечення, електронний обмін даними.

По справжньому віртуальна корпорація концентруватиметься навколо базового виду бізнесу, для якого характерна висока міра інтеграції з віртуальними видами діяльності і зі значним розмиванням областей бізнесу. Така віртуальна корпорація повністю залежатиме від інформаційної мережі: її постачальники, споживачі, ресурси будуть знаходиться в мережі, повна інтеграція з інформаційною мережею може привести до того, що продукт організації стане 100% віртуальним.

Розвиток віртуальних систем співпраці веде до стирання ієрархічних рамок як усередині організації так і в середовищі ділової співпраці. Віртуальні корпорації складаються з функціональних партнерів. Критерієм вибору кожного партнера може служити краща послуга або товар. Кожен учасник вносить краще, що має. Нові ИТТ дозволяють ретельно відбирати кожного партнера, що у свою чергу веде до кращої організації підприємства. Успіх окремо взятої віртуальної корпорації залежатиме від її здатності обробляти велику кількість інформації. Успішне управління інформаційним потоком і швидка реакція на отриману інформацію даватиме результат переваги цієї віртуальної корпорації над будь-якою іншою сучасною формою підприємства. Володіючи новітніми ИТТ і спираючись на них в організації свого бізнесу віртуальна корпорація отримує безперечні конкурентні переваги: менші витрати, менші капіталовкладення, гнучкіше управління і більший граничний дохід, що обумовлює високу конкурентно здатність і широкі можливості розвитку.

Продукт нового типу є одним з чинників конкурентоспроможності віртуальної організації. Такий товар має бути зроблений на високому рівні сучасних технологій, що обумовлює постійне самонавчання організації. Організація, роблячи продукт, повинна як можна з більшою швидкістю реагувати на зміни бажань споживача.

Що б робити подібний продукт існуючі організації повинні пройти через серйозні організаційні зміни. Повинні статися зміни в маркетингу, системі продажів, системі організації. Ці зміни повинні спиратися передусім на нові ИТТ.

Для віртуальної корпорації, серед усіх ресурсів, на перше місце виходить наявність структурного капіталу. Структурний капітал може бути створений лише тоді, коли закони уперше дозволять вести прибутковий бізнес легально. Тому структурний капітал або оргресурс є найважливішою здатністю комбінувати фінанси, матеріальні і інтелектуальні ресурси для отримання прибутку. Наявність у наш час величезної кількості ідей, обумовлює необхідність створення для організації оргресурса, оскільки наявність ідеї не означає здатність її організаційного втілення.

Ознаки мереж ділової співпраці сьогодні можна знайти в будь-якій галузі, а значить і перспективи створення віртуальних корпорацій. Проте, залежно від галузі конкретна модель мережі мінятиметься. Наприклад, в електроенергетиці мережі мають більше виражену низхідною інтеграцію по технологічному курчаті, тоді як в автомобілебудуванні мережі розвинені в обох напрямах.

Тому програми, способи реструктуризації для кожної мережі ділової співпраці у віртуальну корпорацію розроблятимуться конкретно для кожного випадку.

У справжній віртуальній організації міра інтеграції усіх внутрішніх процесів має бути такою високою, що усі існуючі формальні межі між окремими функціональними областями просто зітруться. З точки зору зовнішніх зв'язків для віртуальної корпорації буде характерна як висока міра висхідної інтеграції по технологічному ланцюжку зі своїми постачальниками так і низхідної з клієнтами або дистриб'юторами.

Віртуальній корпорації не потрібна реклама в класичному її розумінні. Кожна дія віртуальної корпорації і є реклама, оскільки кожен її крок пов'язаний з комп'ютерною мережею, де будь-хто може виявити діяльність такої корпорації і отримати потрібну йому кількість інформації, просто діставшись до певного "маршруту" в мережі. Враховуючи темпи зростання мережі Internet, охоплення її адресної реклами постійно збільшується, а рекламні можливості комп'ютерної мережі в гіпертекстовому і пошуковому режимах набагато вище за звичайну рекламу. Якщо у реальному світі товар шукав споживача, а реклама йшла окремо, то у реальному світі у віртуальному світі товар містить усю рекламну інформацію як етикетку, і споживач шукає товар по швидкому перегляду таких етикеток.

У вузькому сенсі класичним прикладом віртуальної корпорації є Internet. Це єдина віртуальна корпорація, роль якої і об'єми охоплення ринку так нестримно розвиваються, що стають чинником розвитку не якого - те окремої національної держави, а чинником загальносвітового розвитку.

Для віртуальної корпорації характерне виділення проектної групи (груп), розробляючої і просуваючої проекти в середовищі такої віртуальної корпорації (усі ці групи можуть мати свої завдання і свої стратегії).

Для віртуальної організації структура змісту є важливішою чим само зміст. Оскільки грамотна побудова гнучкої і що розвивається структури, припускає можливість структури самостійно реорганізовуватися під різні завдання.

Але вивчення організацій (Джон Стоунхаус) вивчення організацій, що входять в мережі ділової співпраці, за критеріями, використовуваними для визначення їх статусу, як віртуальної корпорації (ці критерії приведені вище), показує, що, незважаючи на збільшену складність, їх все ще не можна вважати віртуальними корпораціями. Існує велике число організацій, які не планують стратегічний розвиток своїх інформаційних систем, а впроваджують удосконалення у вже діючі ИТТ у міру потреби. У багатьох випадках спроба стратегічного планування у рамках мережі ділової співпраці терпить невдачу, оскільки при цьому перестають братися до уваги індивідуальні бізнес мети окремих учасників. Навіть у тих випадках, коли стратегічне планування має місце, воно, частенько, виглядає як нав'язування основною компанією своєї стратегії іншим учасникам мережі. Швидше за все найбільшій ефективності при стратегічному плануванні діяльності мережі можна буде добитися, враховуючи інтереси усіх учасників мережі. Крім того, сильна прихильність окремих компаній до власних локальних мереж, утрудняє інтеграцію інформаційних мереж учасників мереж ділової співпраці. Хоча досягнення пов'язані з Internet і мультимедійними технологіями створюють для цього усі умови.

Міра, до якої віртуалізація певної компанії і її мережі ділової співпраці можлива, залежить від тієї реальної вигоди, яка при цьому може бути отримана, а також від характеру вироблюваного продукту і особливостей технології його виробництва Прагнення підвищити ефективність бізнесу є необхідною умовою розвитку мереж ділової співпраці, але зробити такий розвиток можливим можуть тільки досягнення в області інформаційної технології.

Міра ділової співпраці в умовах гіперконкуренція постійно зростає, приймаючи нові форми, засновані на новітніх технічних досягненнях.

Концепція віртуальної корпорації створює нові можливості для володіння і підтримки компаніями конкурентної переваги.

### Особливості Віртуальних Корпорацій

Поява нових типів організацій припускає перегляд старих схем управління. Однією з головних змін системи управління є стирання ієрархічних рамок в структурі корпорації. Замість посадової ієрархії на перше місце виходять інтелектуальна співпраця і мережева кооперація менеджерів. Головним чинником, що обумовлює ці зміни, стає перехід від капіталу до знань, інтелектуальних активів як критичних ресурсів організації.

Для ієрархічної структури управління характерне те, що кожна нова ситуація виноситься на вищий рівень розгляду, де і приймаються рішення. Такий механізм управління стає непрацездатним у сучасному быстроменяющемся світі. Саме тому виникають ВК з мережевою структурою, де кожен доступний для кожного, а функції керівних менеджерів обмежуються організацією спільної роботи, підбором персоналу, навчанням.

### Віртуальна Корпорація в області вищої освіти

Складність сучасного життя, формування нових соціально-економічних стосунків в руслі інформаційного суспільства ставлять на порядок денний розвиток нової міждисциплінарної моделі навчання. Спостерігається значне концептуальне зрушення у бік самонавчання, де важливими джерелами інформації окрім звичайних лекцій і книг є бази даних і знань, засоби мультимедіа і т. п., координатором учбового процесу виступає викладач, а інтерпретатором знань - сам студент.

Віртуальна кафедра - це найбільш передова одиниця освітньої установи епохи інформаційного суспільства, найкраща з точки зору наявних економічних і технічних умов. Це різновид мережевої, комп'ютерно-орієнтованої організації, що складається з людей і віртуальних агентів, що знаходяться в різних місцях. Така кафедра не існує в реальному фізичному просторі, а створюється шляхом інформаційної інтеграції необхідних педагогічних, навчально-методичних, програмно-технічних і інших ресурсів, що відбираються з різних кафедр, факультетів і внз. Електронним шляхом формується штучна організація, яка функціонує у віртуальному просторі. Створення віртуальних кафедр з використанням реальних кафедр різного масштабу дозволить зменшити або усунути недоліки і посилити достоїнства останніх.

Так, наприклад, можна об'єднати можливості великих, давно освічених монодисциплінарних кафедр, що мають багаті педагогічні ресурси і традиції, але що мають сильну інерційність і що погано пристосовуються до вимог ринку, і невеликих нових кафедр, що іноді відчувають нестачу в ресурсах, але здатних швидко реагувати на зміни і оперативно отримувати замовлення у сфері освітніх послуг.

Поняття віртуальної кафедри є важливим додатком загальних методик і принципів розробки віртуальних організацій і підприємств, що розвиваються в контексті реинжиниринга на основі нових інформаційних і комунікаційних технологій. Окрім цього, воно також тісно пов'язане з концепціями мультиуниверситета Дж. Керр і віртуального університету, віртуальної лабораторії і віртуальної аудиторії. Уявлення про віртуальні кафедри є природним розвитком ідей дистанційної освіти.

Цікавим вітчизняним прикладом побудови віртуального класу можуть служити розробки, проведені на кафедрі "Інформаційні технології" Російського державного технологічного університету ним До. Э. Циолковского - МАТИ. Як результат - створена гетерогенна Інтернет-мережа з можливістю організації відеоконференцій. Мережа включає більше 40 робочих місць на базі різних комп'ютерів. У рамках цієї мережі організований учбовий процес на web -сервере, розроблено і встановлено близько 10 електронних підручників і мультимедійних інформаційних систем, що використовують технології QuickTime VR і потокової передачі відео - і аудіоданих в мережі. Накопичений досвід оцифрування відеозображень і відеофільмів, побудови віртуальних панорам і засобів комп'ютерної анімації в учбових цілях.

# ВИСНОВОК

На закінчення хотілося б відмітити, що, незважаючи на прийдешню економіку і появу віртуальної організації, інші організаційні форми збережуть свою актуальність через потреби, що склалися, і стосунки між людьми.

Необхідно вже сьогодні шукати нові форми організації, виходити за відомі стереотипи відповідно до можливостей, які відкриває Інтернет. Якщо сьогодні не планувати те, чого ще немає, то завтра неможливо буде встигнути за змінами, що відбуваються.

Корпорації, що розраховують зберегти конкурентоспроможність, повинні оперативно добитися досконалості як використовуваної інформації, так і системи взаємин з партнерами. Технології самі по собі, без відповідних змін іншої частини корпорації успіху не принесуть. Ось чому процес модернізації корпорації має бути комплексним, таким, що охоплює одночасно дослідження і розвиток, виробництво, маркетинг, збут, обслуговування, розподіл, інформаційні системи, фінанси. Істотно міняються вимоги до співробітників віртуальної корпорації. Вказаним корпораціям буде потрібний великий штат висококваліфікованих, надійних і освічених працівників - людей, що розуміють і застосовують нові форми інформації, здатних пристосовуватися до змін і ефективно співпрацювати з іншими ринковими агентами. Віртуальні корпорації функціонуватимуть успішно тільки в умовах спільної роботи в такій команді, в якій працівники, керівництво, замовники, постачальники і державні органи прагнуть до досягнення спільних цілей.

# СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. "БІЗНЕС В СТИЛІ ФАНК" ДО. Нордстрем; Й. Ридерстрале. Стокгольмська школа бізнесу в Санкт-Петербурзі.
2. Уткин Э. А., Эскиндаров М. А. Фінансово-промислові групи. - Москва: Тандем. - 2006.
3. С. Лачинян "Організований Покупець".
4. Тараса В. Би. Нові стратегії реорганізації і автоматизації підприємств : на шляху до інтелектуальних підприємств. - Москва: Тандем. - 2007.
5. Герчикова І. Н. Менеджмент. - Москва: Банки і біржі, ЮНИТИ. - 2007; Мильнер Би. З. Теорія
6. EDP. Connect - http: // www. csu. ac. ru/osp/os/1998/01/62. html#part\_1