

Прочитайте текст и выполните задания 21–24.

Интенсивный процесс становления глобальной среды сетевых коммуникаций открывает принципиально иные возможности для развития экономической сферы общества и приводит к формированию нового типа экономической системы — информационной (сетевой) экономики (викиномики). Она основана на интенсификации использования интеллектуального и информационного потенциала общества как основного возобновляемого ресурса его устойчивого прогрессивного развития.

Сочетание мегатенденций глобализации и информатизации постепенно привело к возникновению викиномики. Благодаря доступным информационно-коммуникационным сетям, каждый человек может свободно взаимодействовать с любыми фирмами в решении стоящих перед ним проблем. В свою очередь, фирмы заинтересованы в сотрудничестве с добровольными внештатными экспертами, обладающими определёнными знаниями, интеллектом и опытом. В результате прогрессивные предприниматели отказываются от традиционных форм ведения бизнеса и превращают свои организации в открытые сетевые корпорации. Основным ресурсом викиномики является интернет.

Если традиционный бизнес заботился о привлечении высококвалифицированных специалистов, защите интеллектуальной собственности, локальных действиях, клиентоориентированных стратегиях и укреплении исполнительской дисциплины, то викиномика отдаёт предпочтение следующим принципам:

- открытость, ориентация на сотрудничество с наиболее компетентными специалистами в отрасли...;
- доступ и умение делиться (отказ от ограничения доступа к интеллектуальным продуктам для выстраивания глобальных экосистем бизнеса и ускорения роста и инноваций);
- глобальный характер деятельности...

Сетевые коммуникации позволяют собирать и рассеивать рабочую силу по конкретным проектам, обуславливая появление виртуальных компаний. Новые ИКТ делают возможной организацию рабочего места практически везде: в самолёте, автомобиле, отеле, дома, в фирме клиента.

Информационные сети позволяют осуществлять деловую активность в реальном времени и без пространственных ограничений. Ежеминутно в информационном пространстве совершаются сделки на миллиарды долларов, капиталы мгновенно переводятся из одной национальной экономики в другую. Рынки товаров и услуг глобализируются, поэтому стратегической целью фирм является продажа продукции по всему миру напрямую или путём подключения к информационным сетям. Компании могут дислоцироваться в любой стране в зависимости от ресурсов и привлекать сотрудников из разных стран...

Сегодня компании большинства отраслей вынуждены действовать в новых условиях, когда конкуренция становится глобальной, технологические изменения стремительны, а нематериальные активы гораздо более значимы для сохранения конкурентоспособности.

(С.А. Глазунова)

Автор приводит принципы викиномики. Привлекая факты общественной жизни, проиллюстрируйте примерами каждый из этих принципов (сначала укажите сформулированы развернуто.)