

**Ю.В. Коптелова, Н.В. Левкина (6 курс, каф. “Теория организаций”),
С.Н. Колпашиников, проф.**

ИНТЕГРАЦИЯ И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ЧАЯ И КОФЕ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ОРИМИ ТРЕЙД»

Если рассматривать весь процесс выращивания, транспортировки, производства и продажи чая конечным потребителям, то становится очевидным, что это длинная и сложная цепочка. От начала до конца эту цепь не станет контролировать ни одна компания, а, следовательно, она вынуждена сотрудничать с рядом других фирм: поставщиками, транспортировщиками, дистрибьюторами.

Компания «Орими Трейд» занимается производством и поставкой чая и кофе на рынок России и СНГ. На июль 2001 года доля рынка компании составила 19% (первое место на российском рынке чая), «Орими Трейд» превзошла прежних лидеров Unilever (15%) и компанию Май (12%). Основные производимые торговые марки чая: «Принцесса Гита», «Принцесса Нури», «Принцесса Ява», «Принцесса Канди»; торговые марки кофе: «Жокей», «Регал».

Фирма вышла на рынок в 1994 году с пробной партией цейлонского чая, полностью произведенного и упакованного на родине его произрастания. В течение относительно небольшой истории своего существования фирма активно развивалась, при этом меняла спектр своих партнерских отношений и расширяла связи как в России, так и за рубежом. На данный момент компания «Орими Трейд» владеет собственным заводом (Всеволожск) и развитой инфраструктурой, однако не прекращает поиск новых поставщиков высококачественного чайного листа и расширяет свои дистрибьюторские сети.

После постройки завода компания стала самостоятельно производить чай, т.е. произошла частичная дезинтеграция с прежними поставщиками. В первую очередь, это обусловлено экономической целесообразностью: после увеличения таможенных тарифов на фасованный чай производить чай в России оказалось дешевле. В таблице 1 указываются способы и уровни интеграции фирмы «Орими Трейд».

Таблица 1

№	Способ интеграции	Уровни интеграции					
		Мировой	Страна	Корпорация	Фирма	Цех	Участок
		М	С	К	Ф	Ц	У
1	Структурно–организационный	1М *	1С *	1К **	1Ф *	1Ц *	1У
2	Функционально–технологический	2М	2С	2К *	2Ф	2Ц **	2У ***
3	Территориально–пространственный	3М *	3С	3К *	3Ф	3Ц	3У
4	Транспорто–манипуляционный	4М *	4С *	4К **	4Ф **	4Ц ***	4У
5	Информационно–связной (интерфейсный)	5М *	5С *	5К *	5Ф **	5Ц **	5У
6	По документации и делопроизводству	6М *	6С *	6К *	6Ф *	6Ц	6У

* – интеграция, имеющая решающее значение;

** – важные области интеграции;

*** – интеграция, необходимая для хорошей работы компании, однако менее важная, чем две предыдущие (*, **).

Из таблицы видно, что для компании «Орими Трейд» важную роль играет интеграция на мировом уровне, а также интеграция на уровне страны и корпорации. В этом нет ничего странного, ведь фирма работает с иностранными партнерами. Она импортирует сырье из Индии, Шри-Ланки, Индонезии, Китая. Компания поставляет свою продукцию на рынки почти всех регионов России, а также в страны СНГ. Там она работает с дилерскими и дистрибьюторскими фирмами. Филиал компании работает в Киеве. При таких разнообразных связях и отношениях, для успешной работы необходимо наладить хорошую транспортировку, обмен информацией и документооборот. Здесь играет значительную роль транспортная, информационно–связная и организационная интеграции.

Чай – специфический товар, его поставки зависят от урожая, а, следовательно, компания не может работать с постоянным и фиксированным набором поставщиков. При выборе поставщиков внимание уделяется, в первую очередь, качеству предлагаемого ими сырья. Контроль качества проходит в три этапа: проверка пробной партии, после чего, при получении удовлетворительного результата, заключается контракт на малую партию; выборочная проверка малой партии и заключение контракта на крупную поставку; выборочная проверка крупной партии. Таким образом, интеграция компании «Орими Трейд» с ее поставщиками носит ступенчатый характер и тесно взаимосвязана с входным контролем качества.