

ЭВОЛЮЦИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ «КОМИНКОМ»

В статье обобщен опыт хозяйственной деятельности промышленных и коммерческих предприятий, обоснована корректировка ряда научных положений применительно к условиям российского рынка; выделены этапы развития типового российского предприятия в условиях формирования и осуществления рыночных отношений, выявлены закономерности деятельности отечественных предприятий в современных условиях.

Успешное развитие предприятий в условиях рыночной экономики во многом предопределяется качеством используемого и разрабатываемого теоретико-методологического аппарата исследования сферы предпринимательства.

Проведенный нами анализ литературных источников позволил выявить проблему разграничения таких понятий, как «бизнес-процесс», «бизнес», «предпринимательство».

На основе выделения классификационного признака «конечный результат деятельности предприятия» можно решить указанную выше проблему (рисунок 1).

Сведения, представленные на рисунке 1, позволяют дать следующие определения рассматриваемых терминов:

– предпринимательство – деятельность физических и юридических лиц, направленная на разработку и реализацию мероприятий по удовлетворению платежеспособного спроса потребителей на основе предоставления им диверсифицированного набора продукции и услуг;

– бизнес – вид предпринимательства, направленный на разработку и реализацию мероприятий по удовлетворению платежеспособного спроса потребителей на основе предоставления им выбора продукта или услуги из их типоразмерного (объединенного общим признаком) ряда;

– бизнес-процесс – вид предпринимательства, направленный на разработку и реализацию мероприятий по удовлетворению платежеспособного спроса потребителей на основе предоставления им определенного продукта или услуги.

Для оценки адекватности предлагаемой нами классификации основных понятий рыночной экономики реальной деятельности хозяйствующих субъектов целесообразно проследить эволюцию становления и развития одного из

типовых успешно развивающихся на рынке Оренбуржья предприятий.

В качестве такого предприятия мы выбрали ООО «КомИнКом», которое до недавнего времени возглавлял автор статьи.

Основные показатели деятельности данного предприятия отражены в таблице 1.

Содержание этапа выбора и становления бизнес-процесса на предприятии «КомИнКом» в течение 1990-1991 гг. представлено на рисунке 2.

Анализируя сведения, представленные на рисунке 2, можно отметить следующие особенности.

Конечный результат деятельности	Один продукт, одна услуга Типоразмерный ряд продуктов и услуг Диверсифицированный набор продуктов и услуг	Вид деятельности	
		Производство	Оказание услуг
		Бизнес-процесс в производстве	Бизнес-процесс в сфере услуг
		Бизнес в производстве	Бизнес в сфере услуг
Предпринимательство в производстве	Предпринимательство в сфере услуг		

Рисунок 1. Основные виды деятельности предприятия

Таблица 1. Основные показатели деятельности предприятия «КомИнКом»

Показатели	Ед. изм.	Годы			Темпы роста 2003 г. к 2001 г., %
		2001	2002	2003	
1. Выручка от реализации продукции и услуг	тыс. руб.	182429,9	260545,1	341658	187,3
2. Затраты на производство и реализацию продукции и услуг	тыс. руб.	171118,9	227846,9	313069	182,96
3. Прибыль от реализации продукции и услуг	тыс. руб.	11311	22698,2	28589	в 2,53 раза
4. Стоимость внеоборотных активов	тыс. руб.	15500	23300	33500	В 2,16 раза
5. Величина оборотных активов	тыс. руб.	120000	144000	150000	125,0
6. Численность работников	чел.	450	600	790	175,6

Автор начинал свою деятельность в сфере торгово-закупочной деятельности с изучения спроса на продукцию и услуги с учетом своей профессиональной подготовки (электротехника и радиоэлектроника) в условиях их тотального дефицита (конец 80-х гг. прошлого столетия). В данной ситуации не шла речь об использовании маркетинга как концепции управления предприятием. Скорее по нашей классификации действия автора более соответствовали концептуальному виду деятельности «маркетинг в менеджменте» [1].

Попытка установить контакт на поставку аудиотехники с одним из ее производителей имела ограниченный успех, поскольку основными характеристиками внешней среды были:

- тотальный дефицит продукции и услуг на рынке;
- высокий уровень коррупции и криминалитета, препятствующий доступу на рынок лиц, не имеющих связей с представителями поставщика;
- несоответствие форм торговли времен командно-административной экономики нарождающимся рыночным отношениям.

Исходя из сложившейся ситуации, автор выбрал не основное направление деятельности – исключительно торгово-закупочную деятельность, а дополнительное направление – сборку аудиотехники из комплектующих изделий и ее

последующий сбыт. В данном случае речь идет о попытке становления менеджмента как концепции управления предприятием, хотя данный вывод распространяется исключительно на одно лицо – бизнесмена (но пока еще не предпринимателя).

Одновременно была сделана попытка диверсифицировать деятельность предприятия за счет реализации на рынке видеотехники, также основанной на операции сборки (комплектации). В итоге из двух направлений бизнеса автор выбрал направление сборки и реализации видеотехники, что представляло собой бизнес-процесс, заложивший основу становления предприятия, успешно развивающегося на рынке на протяжении 15 лет.

Содержание второго этапа – развития бизнес-процесса на предприятии «КомИнКом» в течение 1992–1994 гг. представлено на рисунке 3.

Анализируя сведения, представленные на рисунке 3, можно отметить следующие особенности.

1. Увеличение спроса на видеотехнику и усиливающаяся конкуренция на данном рынке потребовали структуризации бизнес-процесса как в территориальном, так и в отраслевом направлениях. При этом рост цен на продукцию в определенной степени разрушил монополии на рынке.

2. Территориальный аспект структуризации потребовал открытия представительства предприятия в г. Москве, выявления и организации мест продажи видеотехники, а также организации производственного участка.

3. Основным отличительным признаком данного этапа является выделение функций менеджмента в отдельный блок, т. е. бизнесмен отказывается от выполнения части закупочно-сбытовых и производственных операций, переключаясь на выполнение функций управления предприятием.

4. Примечательно появление элементов маркетинга в деятельности предприятия (улучшение потребительских свойств продукции, разработка ценовой политики и др.).

5. Особенностью данного этапа является использование элементов логистики при доставке продукции в г. Оренбург за счет сопоставления затрат на транспорт. Исходя из этого было при-



Рисунок 2. Содержание этапа выбора и становления бизнес-процесса (бизнеса) на предприятии «КомИнКом»

знано целесообразным использовать собственный транспорт как в г. Москве, так и на маршруте Москва – Оренбург.

Содержание третьего этапа – становления и развития бизнеса на предприятии «КомИнКом» в течение 1994-1996 гг. представлено на рисунке 4.

Анализируя сведения, представленные на рисунке 4, можно отметить следующие особенности.

1. Расширение товарного ассортимента видеотехники, в том числе за счет импортных моделей.

2. Рост количественных параметров, характеризующих структуру и деятельность предприятия:

- рост численности персонала в блоках закупок, производства и сбыта;
- наращивание стоимости основных фондов и оборотных средств предприятия;
- увеличение видов деятельности предприятия (обслуживание потребителей, развитие логистических методов закупок видеотехники, использование элементов продвижения продукции на рынке и др.).

3. Наметившееся направление отказа от услуг сторонних организаций, цены на которые препятствуют установлению долгосрочных контактов по обслуживанию бизнеса предприятия.

Содержание четвертого этапа – становление и развитие предпринимательства на предприятии «КомИнКом» в течение 1996-1999 гг. (включая кризис 1998 г.) представлено на рисунке 5.

Анализируя сведения, представленные на рисунке 5, можно отметить следующие особенности.

1. Наблюдается количественный и качественный рост показателей деятельности предприятия, что приводит к переходу от линейно-функциональной структуры управления к дивизиональной структуре по видам деятельности подразделений предприятий.

2. Обеспечивается переход от самообслуживания деятельности предприятия к оказанию услуг на сторону, примечательно использование опыта антикризисного управления на предприятиях, не входящих в структуру предприятия «КомИнКом».

3. Принимается решение о диверсификации предприятия в неродственные сферы деятельности (закупка и реализация продуктов питания), что обеспечивает переход предприятия от бизнеса к предпринимательству.

4. Акцент в развитии предприятия перемещается на логистические методы управления бизнес-процессами, поскольку требования потребителей широко дифференцированы.

5. В работе предприятия используются методы маркетинговой деятельности (вводится должность менеджера-маркетолога).



Рисунок 3. Содержание этапа развития бизнес-процесса на предприятии «КомИнКом»



Рисунок 4. Содержание этапа становления и развития бизнеса на предприятии «КомИнКом»

6. В условиях кризиса 1998 г. предприятие принимает решение удержать потребителей продукции и услуг, невзирая на значительные экономические и финансовые потери, т. е. функционирует в режиме выживания.

Содержание пятого этапа развитие предпринимательства – на предприятии «КомИнКом» в течение 1999-2004 гг. представлено на рисунке 6.

Анализируя сведения, представленные на рисунке 6, можно отметить следующие особенности.

1. Осуществляется переход к производственной деятельности предприятия – выпуску продуктов питания и их реализации.

2. Разрабатывается и реализуется программа развития поставщика – сельскохозяйственных производителей с учетом осуществляемых ими технологий.

3. Делается акцент на равномерности осуществления производственной и коммерческой деятельности с учетом сезонности спроса на продукцию и услуги.

4. Окончательно формируется форма и структура предприятия в виде холдинга.

Представленный в данной статье материал позволяет:

– во-первых, обобщить эволюцию становления и развития одного из типовых предприятий Оренбургской области;

– во-вторых, наметить перспективные направления совершенствования деятельности данного предприятия;

– в-третьих, создать предпосылки для разработки теоретико-методологического аппарата исследования деятельности хозяйствующих субъектов в условиях рыночных отношений.

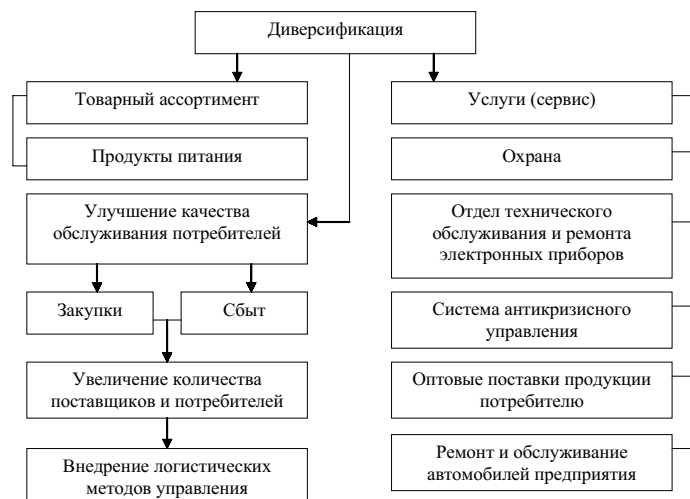


Рисунок 5. Содержание этапа становления и развития



Рисунок 6. Содержание этапа развития предпринимательства на

Список использованной литературы:

1. Тяпухин А., Коган А. Стратегические приоритеты предприятия // РИСК. – 2004. – №2. С. 4-11.