

მენეჯერის როლი ორგანიზაციის სატელეკომუნიკაციო მომსახურების ხარჯების მართვაში

*ქეთევან ბუნიავა
სტუდ. დოქტორანტი*

რეზიუმე

ბაზარზე კონკურენტული უპირატესობა დაბალი დანახარჯების მიხედვით ღიდერობით მიიღწევა. ტელეკომის ხარჯების მართვა (TEM) არის ისეთი ხარჯების მართვა, რომლებიც დაკავშირებულია ტელეკომის მომსახურებების გამოყენებასთან. ასეთი ხარჯების მართვის უმთავრესი მიზეზი, რატომ უნდა არის მონეტარული. აღიარებულია, რომ ხარჯების მინიმიზებას სარგებელი მოაქვს ნებისმიერი ორგანიზაციის ქვედა ხაზისათვის.

ამ ნაშრომში განხილულია ტელეკომის მართვის (TEM) მენეჯმენტის წინაშე მდგომი გამოწვევები და მათი გადაჭრის გზები. მასში განხილულია რა არის მენეჯერის როლი და როგორ შეუძლიათ მათ ამ როლის მნიშვნელობის წარმოჩენა? როგორ უნდა გაეხადოთ მათი საქმიანობის შედეგები ხილვადი? როგორ შეუძლიათ მათ მოახდინონ ბიზნეს სტრატეგიის ფასეულობის დემონსტრირება ორგანიზაციისათვის? რა ცოდნას და გამოცდილებას უნდა ფლობდნენ მენეჯერები და როგორ უნდა მოხდეს მათი კარიერული ზრდა.

საკვანძო სიტყვები: ტელეკომუნიკაცია, ბაზარი, ხარჯების მართვა, მენეჯმენტი.

ძირითადი ტექსტი

რა არის ტელეკომის ხარჯების მართვა - ყველა ორგანიზაცია ხედავს ტელეკომის ხარჯების მართვის აუცილებლობას და მართავს მათ გარკვეულ დონეზე.

ტელეკომის ხარჯების მართვასთან დაკავშირებით, კომპანიის წინაშე დგება სამი ძირითადი ამოცანა: ანგარიშის შეცდომების აღმოფხვრა, გამოყენებული მომსახურებების ამოღება და დაბალ ფასებზე მოლაპარაკება.

რა არის მენეჯერის როლი - მენეჯერმა ხარჯების მართვის მიზნით:

- მონაცემები მრავალი მიმწოდებელიდან შეგროვილი და შეთანხმებული უნდა იყოს, რათა იყოს ხილვადი;
- ამ მონაცემებს მათ უნდა შეუსაბამონ მომსახურებები, რომლებიც შეძენილია და დარწმუნდნენ, რომ ისინი შეესაბამება მათი კომპანიის მიმდინარე ბიზნესის საჭიროებებს;
- მოიპოვონ მიმდინარე ბაზრის მონაცემები;
- მოიპოვონ მიმდინარე ხელშეკრულებები;
- მათ უნდა გამოიყენონ ეს მონაცემები რათა შექმნან ნუსხა თუ რა ტიპის ღირებულების დაზოგვის შესაძლებლობებს ქმნის და დასახონ გზები, ღირებულების ოპტიმიზაციისათვის;
- მთელი ამ კვლევის ჩატარების შემდგომ, ისინი იღებენ გადაწყვეტილებას, რათა დაზოგონ თანხები.

ზემოხსენებული საკითხები, არის ის ზომები რომლებიც უნდა განახორციელონ მიმწოდებლებმა, როგორც შედეგი. ხოლო, მენეჯერმა უნდა დაარწმუნოს მიმწოდებელი რომ ისინი შეასრულონ¹.

რა ცოდნასა და უნარებს უნდა ფლობდნენ ტელეკომის მენეჯერები: გადახდილი მომსახურებისა და ბიზნესის საჭიროებების გაგება და ბაზარზე ფასწარმოქმნის მიმდინარე მონაცემების გაგება არის საკვანძო ცოდნა.

გადახდილი მომსახურებისა და ბიზნესის საჭიროებების გაგება - მენეჯმენტის წინაშე დგება მნიშვნელოვანი კითხვა: ისევ ემსახურებიან თუ არა ჩვენს მიერ შეძენილი მომსახურებები კომპანიის ბიზნესის საჭიროებებს.

ექსპერტს, შეუძლია მოახდინოს მომსახურებებისა და ფასების ოპტიმიზაცია, ორი გზით: გაუწიოს კომპანიას კონსულტაცია, თუ რა ფორმით შეიძლება იყოს გამოყენებული

1 K.Yang Roger – (2005) “What Great Telecom Managers Know” – Simcoe Publishing; 12 გვ.

მომსახურება, რომ უკეთ დაეხმაროს მათ ბიზნესის განხორციელებაში და განსაზღვრონ, თუ რომელი მომსახურება უნდა შეიცვალოს, რათა მოხდეს ფასების მინიმიზება და გაიზარდოს მომსახურების დონე.

ბაზარზე ფასწარმოქმნის მიმდინარე მონაცემების გაგება - ტელეკომის ფასების მართვისთვის მნიშვნელოვანია გეგმონდეს წვდომა ბაზრის მიმდინარე მონაცემებთან, მაშინ როცა მიმწოდებელი გთავაზობთ კონკურენტულ ფასს, ან როდესაც ისინი გარიცხავენ ორმაგად, რასაც სხვა მომხმარებლები იხდიან.

ექსპერტებს, შეუძიათ გითხრათ არის თუ არა თქვენი ფასწარმოქმნა ბაზარზე არსებულ ფასებს შორის საუკეთესო, იყო თუ არა ის ზედმეტად შეფასებული მიმწოდებლის მიერ და შეიძლება თუ არა ფასებზე მოლაპარაკების წარმოება. სამწუხაროდ ასეთი მონაცემები არ არის თავისუფლად ხელმისაწვდომი ინტერნეტში. ეს მოითხოვს ცოდნას, რომელიც მიღებულია უშუალოდ მიმწოდებლებთან კონტაქტით.

რა თვისებებით უნდა ქონდეს (TEM) მენეჯერს ტელეკომის ხარჯების აუდიტორს უნდა გააჩნდეს შემდეგი ძირითადი თვისებები:

- დამოუკიდებლობა - უნდა შეარჩიოთ დამოუკიდებელი აუდიტორი, რომელსაც რაიმე სახით არ არის დამოკიდებული არცერთ მიმწოდებელზე და არ გააჩნია მათ მიმართ ერთგულება;
- ინდუსტრიის ცოდნა - ტელეკომის ინვოისები ძალიან რთულია გასაგებად. თქვენ გჭირდებათ აუდიტორი, რომელსაც აქვს სრული გაგება ტელეკომის ინდუსტრიის “ენის” და შესაბამისი ბაზარის ცოდნა;
- საფუძვლიანი შესწავლა - თქვენ გჭირდებათ აუდიტორი რომელსაც გააჩნია სტიმული, მოიპოვოს რაც შეიძლება მეტი დანაზოგი და გააჩნია რეპუტაცია იყოს აბსოლუტურად ამომწურავი¹.

საუკეთესო პრაქტიკა ტელეკომის მენეჯერებისგან

ტელეკომის მენეჯერთა საქმიანობისა და მათი კარიერული წინსვლის ხელის შეწყობის მიზნით, შესაძლოა საუკეთესო პრაქტიკის გამოყენება. ტელეკომის მენეჯერებისათვის სა-

სიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია გააჩნდეთ შესაძლებლობა ისწავლონ ერთმანეთისგან. თითო-ეული ტელეკომის მენეჯერის ცოდნა და გამოცდილება ეს არის უდიდესი სიმდიდრე და მათი ერთად გაერთიანება ქმნის ფასეულ რესურსს.

მიზნების დასახვა - მკაფიო მიზნების დასახვით, იმაზე ფოკუსირებით თუ რა გსურთ, რომ მიიღოთ როგორც შედეგი, და მათზე ფიქრისათვის უფრო მეტი დროის დათმობით, მეტად სავარაუდოა, რომ თქვენ მიაღწევთ ამ მიზნებს. შესაბამისად, მიზნები უნდა იყოს კონკრეტული, გაზომვადი, მისაღწევი, ანგარიშგებადი და დროული.

შედეგების ანგარიშგება - ტელეკომის დეპარტამენტის მიერ თავიანთი საქმიანობის შედეგების დროულად გამოქვეყნება საშუალებას იძლევა აღმასრულებელმა დირექტორმა თვალსაჩინოდ დაინახოს, თუ რა ოდენობის თანხები დაიზოგა. ამდენად, მნიშვნელოვანია ამ ინფორმაციის თვალსაჩინო ვიზუალიზაცია: ფერადი გრაფიკის საშუალებით, ვერბალური პრეზენტაციით.

განგრძობადი გაუმჯობესება - პროფესიონალები ნებისმიერ სფეროში, მუდმივად ცდილობენ გაიმჯობესონ თავიანთი ცოდნა, უნარები და მიაღწიონ წარმატებას.

ყველა ბიზნეს პროფესიონალი თავიანთი კარიერის უმაღლეს წერტილში, მუდმივად კითხულობს წიგნებს, გაზეთებს და ესწრება სემინარებს, რათა გაიმჯობესონ მათი ცოდნა და წარმატება. იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც ისინი იძენენ მცირედს ამ მცდელობებიდან, ისინი განიხილავენ მას ფასეულ ცოდნად.

აქ წარმოდგენილია რამოდენიმე რესურსი, რომელიც ფართოდ გამოიყენება ტელეკომის მენეჯერების მიერ:

პუბლიკაციები - ბევრ პუბლიკაციას აქვს როგორც ნაბეჭდი, ასევე, ხელმისაწვდომი ელექტრონული ვერსია. ქვემოთ მოცემულია ტელეკომთან დაკავშირებული პუბლიკაციების ზოგიერთი ჩამონათვალი: www.CommWeb.com; www.Computerworld.com; www.callcentermagazine.com; www.bcr.com; www.thevoicereport.com; www.informationweek.com; www.nwfusion.com; www.decima.com/reports².

1 Michael Brosnan, John Messina, Ellen Block (1999) “Telecommunications Expense Management: How to Audit Your Bills, Reduce Expenses, and Negotiate Favorable Rates” - Taylor & Francis - Business & Economics 117 გვ.

2 K.Yang Roger – (2005) “What Great Telecom Managers Know” – Simcoe Publishing 15 გვ.

თანასწორთა ქსელი - ტელეკომის მართვის საკითხებთან დაკავშირებით. უამრავი კონფერენცია იმართება ორგანიზაციებისა და გამომცემლების მიერ. INNUA-ს, მაგალითისთვის აქვს ყოველწლიური ღონისძიება „Global Connect event“, რომელსაც ესწრება 3, 000 ადამიანი.

ქვემოთ მოცემულია ელ. ფოსტით სადისკუსიო ჯგუფები: www.thevoicereport.com; www.tgrace.com/mailman/listinfo; www.aotmp.com; www.globalknowledge.com; www.teratraining.com; www.ccmi.com; www.bcr.com/training; www.telemanagertraining.com.

მენტორობა - მენტორი არის პირი, რომელსაც ჩვეულებრივ უფრო დიდი გამოცდილების გააჩნია ვიდრე თქვენ, ვინც გაწვდით რჩევებს და გიქმნით საჭირო კავშირებს თქვენი კარიერის გზაზე.

იმის გამო, რომ ეს არის არაფორმალური ურთიერთობები, შეგიძლიათ დაიწყოთ უფროსი ადამიანებით, რომლებიც მოღვაწეობენ ტელეკომში მენეჯერის სხვა (ფინანსური, იურიდიული) როლით, რომელსაც ჰქონდათ შეხება ტელეკომის ხარჯებთან.

სერტიფიკაცია - დღეს საქართველოში არ არსებობს სასერტიფიკაციო პროგრამა ტელეკომის მენეჯმენტისათვის. 2004 წელს „ტელეკომის პროფესიონალთა ასოციაციამ“ პირველად განახორციელა სერტიფიცირებული ტელეკომის

მენეჯმენტის სპეციალისტის პროგრამა.

ალიარება - ტელეკომის ხარჯების მართვა არის საკმაოდ რთული და კომპლექსური პროცესი.

ტელეკომის მენეჯერის როლი შეუცვლელია: 1) ტექნოლოგიების მზარდი განვითარების პირობებშიც, სისტემები ეხმარება მენეჯერს, რომ ის გახადონ უფრო პროდუქტიული, მაგრამ ვერ შეცვლის მას; 2) თეორიულად, ორგანიზაციას შეუძლია ტელეკომუნიკაციის ფუნქციის აუთსორსი, მაგრამ რეაგირების დრო შეიძლება იყოს უფრო ხანგრძლივი და ფასების მართვა ადვილად გავიდეს კონტროლიდან.

ტელეკომის მართვა შეიძლება განხორციელდეს სრულ განაკვეთზე მომუშავე სპეციალისტის მიერ, რომელიც იქნება საკმარისად კომპეტენტური, გაუმკლავდეს ტელეკომის მართვის წინაშე მდგომ ფინანსურ, სამართლებრივ და ინვენტარის მართვის საკითხებს, მას უნდა გააჩნდეს ბაზრის მდგომარეობის ანალიზის და მოლაპარაკების კარგი უნარები, შეეძლოს მიმწოდებელთან მიღწეული ცვლილებების ბოლომდე მიდევნება და შედეგების დაცვა. მას უნდა გააჩნდეს ისეთი უნარების კომპლექსი, როგორიცაა: დამოუკიდებლობა, ინდუსტრიის კარგი ცოდნა, საკითხის საფუძვლიანი შესწავლა და შედეგების ნათელი ფორმით ანგარიშგების უნარები.

ბამოყენებული ლიტერატურა:

1. Michael Brosnan, John Messina, Ellen Block (1999) “Telecommunications Expense Management: How to Audit Your Bills, Reduce Expenses, and Negotiate Favorable Rates” - Taylor & Francis - Business & Economics;
2. K. Yang Roger – (2005) “What Great Telecom Managers Know” – Simcoe Publishing;

Role and Functions of a Telecom Manager - Managing Company Expenses

*Ketevan Guniava, PhD student
Georgian Technical University*

Summary

Spending on telecommunications services is the second largest non-production expense in most industries, the first position being taken by IT-expenditure. Communications services are essential to every business, but the costs associated with such services can add up quickly. More often than not, telecom services are provided by different telecom service providers. Simply processing bills from multiple entities is expensive. Rates change, services are installed and removed, service providers merge, it's a very dynamic process, there are risks that make billing errors. Despite technological advances, inaccurate billing continues to be a major cause of consumer complaint.

Telecommunications services are vital part of any organization: without the use of telephone, data exchange and mobile communication, the work of each state agency and company would be disrupted. The question arises, why do they need to manage telecom costs and what is the manager's role?

The paper discusses the role of telecom manager and overviews best practices; Its purpose is to create a professional portfolio of telecom managers. Recommends the development of professional skills of telecom managers and their continuous improvement.

Keywords: telecom, expenses, billing, manager.