

УДК 658

ОСНОВНЫЕ БИЗНЕС-НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ С ВНЕШНИМИ КОНТРАГЕНТАМИ: УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Д.И. Олейник, студент гр. 6208, II курс

Ю.Б. Шагбанова, к.и.н., доцент

Казанский национальный исследовательский технический университет
им. А. Н.Туполева-КАИ
г. Казань

Исследование бизнес-направлений деятельности организации на отраслевом рынке с участием внешних контрагентов является одной из ключевых задач современной управленческой практики. Внешний контрагент — это юридическое или физическое лицо, которое выступает одним из участников сделки, подписавших гражданско-правовой договор [1], как правило, с ним организация или предпринимательское лицо взаимодействует в коммерческой или деловой деятельности. Внешние контрагенты могут быть потенциальными или текущими партнерами, клиентами, поставщиками, подрядчиками или другими участниками хозяйственных отношений.

В контексте управленческих аспектов важно учитывать разного рода факторы: состояние самого отраслевого рынка, в данном случае, российского пространства; конкурентные преимущества той или иной организации; управленческий опыт и репутацию организации, влияющие на ее деятельность; структуру внешних контрагентов и степень их лояльности и т.п. В связи с этим, можно выделить основные бизнес-направления деятельности организации на отраслевом рынке с внешними контрагентами.

Одним из ключевых направлений является развитие стратегии международного бизнеса [2]. Когда организация решает выйти на внешние рынки, важно понимать особенности работы с иностранными контрагентами, культурные и правовые различия, а также особенности международного бизнес-взаимодействия. Управленческие аспекты в данном случае включают в себя разработку стратегии входа на внешние рынки, выбор оптимальных моделей бизнеса, а также эффективное управление международными проектами.

Также важным направлением является управление поставками и цепочками поставок. С учетом глобализации и увеличения конкуренции на рынке, эффективное управление поставками становится критически важным для успеха организации. Оптимизация цепочек поставок, управление рисками и качеством, а также поиск новых стратегических партнеров — все это требует высокой квалификации управленцев и принятия обоснованных управленческих решений.

Еще одним значимым направлением, на наш взгляд, является развитие маркетинговой стратегии с учетом динамики и рыночных характеристик внешних контрагентов. Управленческие аспекты в этом контексте включают в себя анализ рынка, разработку маркетинговых стратегий и тактик, а также контроль за их реализацией и результатами.

Важно отметить такое направление деятельности организации на отраслевом рынке с внешними контрагентами, как развитие стратегии информационных технологий (ИТ) в бизнесе. В современном мире цифровизация и автоматизация процессов играют огромную роль в эффективном функционировании организации. Управленческие решения в области ИТ включают в себя выбор оптимальных ИТ-решений, защиту информации, развитие цифровых каналов коммуникации с контрагентами и клиентами.

Среди бизнес-направлений деятельности организации с внешними контрагентами можно выделить развитие стратегии устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности (CSR). В мировом бизнес-пространстве наблюдается устойчивая «...тенденция к росту социальной ответственности бизнеса и активному внедрению программ устойчивого развития [3]. Управленческие решения в этой области включают в себя разработку и реализацию программ CSR, учет экологических и социальных аспектов в деятельности компании, а также построение долгосрочных отношений с контрагентами, основанных на принципах устойчивого развития.

С учетом изменчивости внешней среды и возможности возникновения различных угроз, важно эффективно управлять рисками и обеспечивать безопасность деятельности организации. Управленческие аспекты в этой области включают оценку рисков, разработку мер по их снижению, контроль за выполнением стандартов безопасности и управление кризисными ситуациями.

В данной статье, с целью анализа ключевых бизнес-направлений деятельности Акционерного общества «БАРС Групп» (г. Казань) с внешними контрагентами, опираясь на управленческие аспекты, было проведено интервью с заместителем финансового директора компании Шакировой Ольгой Юрьевной. Были заданы вопросы, соответствующие исследуемой теме, на которые были получены практико-ориентированные ответы:

- На вопрос: «В чем заключаются конкурентные преимущества вашей организации на отраслевом рынке программного обеспечения?» был получен ответ: «Одно из основных преимуществ – это то, что мы сами являемся разработчиками программного обеспечения, т.е. мы создаем и внедряем наше отечественное программное обеспечение. Это особенно ценно в настоящее время, когда взят курс на импортозамещение».

- В ответе на вопрос: «С какими внешними контрагентами взаимодействует ваша организация?» было сказано, что заказчики – государственные организации, министерства и ведомства, для которых создаются и внедряются информационные системы и программное обеспечение.

- На вопрос: «По каким направлениям работает ваша организация с внешними контрагентами?», Ольга Юрьевна отметила, что «БАРС Групп» разрабатывает информационные системы для заказчиков из различных отраслей народного хозяйства (здравоохранение, строительство, социальная защита, образование и т.д.). В зависимости от целей заказчика, это могут быть системы для ведения их внутреннего учета, управления или же для выполнения их внешних задач – обслуживание населения, реализация социальных программ и другие.

- На вопрос о наиболее эффективных средствах управления деловыми коммуникациями с внешними контрагентами, использующимися в организации, был дан ответ: «В нашей организации создан и много лет эффективно функционирует Департамент по работе с клиентами. Сотрудники-менеджеры данного департамента являются экспертами в своей области, обладают навыками ведения переговоров, глубоко знают потребности наших заказчиков. Все вопросы деловой коммуникации решаются через них».

- На пятый вопрос «Каковы перспективы рыночных возможностей деятельности вашей организации?», респондент ответил: «Мы видим большие возможности и хорошие перспективы в дальнейшем развитии нашей организации, так как долгосрочная программа цифровизации всех отраслей народного хозяйства и курс на импортозамещение будет увеличивать спрос на разработку и внедрение отечественного программного обеспечения».

- На вопрос: «Какие инновационные подходы или технологии ваша компания использует для оптимизации управленческих аспектов с внешними контрагентами?» был дан такой ответ: «Так как мы работаем в основном с государственными заказчиками в рамках одного правового поля, опираемся на федеральные законы и отраслевые справочники, то для оптимизации управленческих аспектов с внешними контрагентами широко применяется практика повышения квалификации наших менеджеров по работе с клиентами. Они посещают различные выставки, деловые встречи, и чтобы общаться с заказчиком на одном языке, знать и понимать их потребности и нужды, менеджерам необходимо изучать отраслевые и нормативные справочники, быть в курсе принятых программ развития отраслей, видеть и предлагать оптимальные решения. Менеджеры посещают отраслевые и ведомственные мероприятия, так же принимают участия в заседаниях рабочих групп».

- «Как ваша компания осуществляет управление качеством в рамках основных бизнес-направлений?». В ответе на данный вопрос прозвучала мысль: «...обратную связь по информационным системам, которые внедрены и используются у заказчика, мы также получаем через менеджеров по работе с клиентами на заседаниях рабочих групп или другими способами. Менеджеры сообщают о недоработках или пожеланиях, удобствах и неудобствах работы системы. Вопросы решаются совместно с привлечением наших собственных экспертов по разработке и экспертов или пользователей от заказчика».

- Также был задан еще один вопрос: «Какие есть проблемы для принятия управленческих решений в процессе взаимодействия с внешними

контрагентами? И как, по вашему мнению, данные проблемы можно решить или сгладить «острые углы» для более эффективной реализации рыночных возможностей вашей компании?».

Ответ был получен следующий: «По моему мнению, данная модель деловой коммуникации с внешними контрагентами является удачной. Для дальнейшего повышения ее эффективности необходимо постоянное обучение менеджеров по работе с клиентами, их углубление в отраслевые особенности и функциональные потребности каждого заказчика, оттачивание мастерства делового общения и ведения переговоров. Также необходимо постепенно обучать этим навыкам и экспертов – разработчиков и аналитиков, если они участвуют в общении с заказчиками».

АО «БАРС Груп» функционирует на рынке готовых ИТ решений с 1992 года. По результатам интервью было выявлено следующее: среди основных бизнес-направлений, важно отметить разработку информационных систем и программного обеспечения, преимущественно, для государственных заказчиков таких отраслей народного хозяйства, как здравоохранение, строительство, социальная защита, образование и т.д. (именно они и выступают в качестве внешних контрагентов); ключевым управленческим аспектом в деятельности организации с внешними контрагентами является установка на разработку и внедрение отечественного программного обеспечения в условиях развития долгосрочной программы цифровизации всех отраслей народного хозяйства и курс на импортозамещение; для совершенствования принятия управленческих решений в процессе взаимодействия с внешними контрагентами необходимо постоянное обучение менеджеров по работе с клиентами, их углубление в отраслевые особенности и функциональные потребности каждого заказчика, оттачивание мастерства делового общения и ведения переговоров. Также необходимо постепенно обучать этим навыкам и экспертов – разработчиков и аналитиков, если они участвуют в общении с заказчиками».

В целом, для исследуемой организации, бизнес-направления ее деятельности с внешними контрагентами, используя особенности ИТ-рынка, связаны с тем, что организация работает, в основном, с государственными заказчиками в рамках одного правового поля, опирается на федеральные законы и отраслевые справочники, и для оптимизации управленческих аспектов с внешними контрагентами широко применяется практика повышения квалификации менеджеров по работе с клиентами: они посещают отраслевые и ведомственные мероприятия, так же принимают участия в заседаниях рабочих групп.

Таким образом, осуществление бизнес-направлений деятельности организации на отраслевом рынке с внешними контрагентами требует компетентного и профессионального подхода со стороны управленческого персонала. Кроме этого, управленческие решения в этой области позволяют определить потенциальные рыночные возможности, выявить угрозы и оценить конкурентную среду для принятия обоснованных стратегических решений.

Список литературы:

1. Станчак, О. Контрагент /О.Станчак.-
URL:<https://www.banki.ru/wikibank/kontragent/>
2. Клочко, О. А. Особенности стратегического планирования при разработке международных стратегий /О.А. Клочко. – URL: https://www.cfin.ru/management/strategy/plan/international_strategy_development.shtml
3. Конохова, Ю. Устойчивое развитие и социальная ответственность бизнеса /Ю.Конохова. – URL: <https://uprav.ru/blog/ustoychivoe-razvitie-biznesa/>