

Деловыми качествами мерчендайзера являются собранность, коммуникабельность, умение брать ответственность на себя, стремление к самообразованию, гибкое реагирование на нестандартные ситуации, продуктивная работа.

К основным должностным обязанностям мерчендайзера относятся:

- ежедневное посещение торговых предприятий, для того чтобы отслеживать и обращать внимание их руководителей на вопросах расположения товаров компании;
- оценка рациональности размещения рекламных материалов в местах непосредственных продаж, а также проведение профилактических мероприятий, направленных на обеспечение их сохранности, надлежащего вида, а также актуальности.

Профессия мерчендайзера для Республики Беларусь является новой, но постепенно формируется устойчивый спрос на таких специалистов. На первых порах возникают трудности, когда вместо занимаемой должности «мерчендайзер» в трудовых книжках делается запись «торговый агент», что обусловлено невысокой осведомленностью в этих вопросах основной массы населения.

Татарович М. М., БГЭУ (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ СОТОВОГО ОПЕРАТОРА

Под структурой управления предприятием понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого. Элементами структуры являются отдельные работники, службы и другие звенья аппарата управления. Отношения между ними поддерживаются вертикальными и горизонтальными связями. Горизонтальные связи носят характер согласования и являются, как правило, равноуровневыми. Вертикальные связи отображают отношения подчинения и используются при наличии нескольких уровней иерархии управления.

Сеть связи состоит из предприятий и пунктов, соединенных между собой линиями и каналами связи, которые, взаимодействуя в едином технологическом процессе, обеспечивают передачу информации.

Успешность функционирования предприятий в основном зависит от решений, принимаемых менеджерами аппарата управления.

Основные проблемы, возникающие при разработке структур управления:

- установление правильных взаимоотношений между отдельными подразделениями, что связано с определением их целей, условий работы и стимулирования;
- распределение ответственности между руководителями;
- выбор конкретных схем управления и последовательности процедур при принятии решений;
- организация информационных потоков;
- выбор соответствующих технических средств.

Традиционно функции компании-оператора подразделяют на 4 крупных блока: коммерческий, финансовый, технический, административно-хозяйственный.

Наиболее приемлемой структурой управления сотовым оператором представляется линейно-функциональная структура, основанная на бизнес-процессах четырех основных блоков функции