

после их приобретения при необходимости усиливать их ценность посредством выполнения какой-то незначительной дополнительной операции. В-шестых, усиливающаяся в последние годы тенденция дифференциации доходов людей в республике создает реальные предпосылки для дифференциации возможностей приобретения продуктов питания различного качества, ориентированного на уровень доходов. В-седьмых, учитывая невысокий уровень доходов населения, удельный вес продуктов питания в структуре доходов высокий. Последнее гозволяет утверждать об определенном, массовом повышенном спросе на более дешевые продукты питания.

Изложенные выше тенденции на отечественном аграрном рынке во многом обуславливают формирование и использование соответствующих маркетинговых инструментов.

Е. С. Жукова

*Белорусский государственный
экономический университет*

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОСТРОЕНИЕ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА

То, каким образом агентства организуют свои структурные подразделения и штат, прежде всего зависит от их размеров, от объема услуг которые они предоставляют, от сектора экономики в котором они специализируются.

В малых агентствах, а именно такие преобладают в рекламном бизнесе РБ, повседневной деятельностью руководит в основном владелец или директор, который также занимается и стратегическим планированием. С клиентом в основном общаются менеджеры, в обязанности которых нередко входит и обеспечение рекламным местом или временем, художественные работы выполняются в основном художниками агентства или штатным художником-дизайнером.

В средних или крупных рекламных агентствах организационная структура построена по системе отделов или групп.

На примере ООО “РА БелРИА” рассмотрим организационную структуру наиболее типичную для среднего рекламного агентства (см. рис. 1).

Рис. 1 Организационная структура ООО “РА БелРИА”.

При организации по отделам каждое из структурных подразделений рекламного агентства функционирует как самостоятельный отдел с четко ограниченным кругом выполняемых функций. В табл. 1 приведены должности сотрудников и круг их обязанностей.

Кадровыми вопросами в ООО “РА БелРИА” занимаются руководители структурных подразделений. Непосредственно на них ложится от-

ответственность за принятие в штат того или иного сотрудника, либо увольнение последнего. Все претенденты на вакансию, после прохождения тестирования и собеседования, проходят месячный испытательный срок, по окончании которого они либо зачисляются в штат либо ему сообщают о несоответствии его кандидатуры предъявляемым к данной вакансии требованиям. Руководители структурных подразделений отвечают за организацию работы в них, занимаются текущим планированием деятельности отдела и стратегическим маркетингом.

Таблица 1. Должностные обязанности

Должность	Обязанности
Ответственный секретарь	Планирует, контролирует и направляет весь рабочий процесс в агентстве
Менеджер по производству печатной продукции	Готовит рекламу к печати: работает с наборщиками, специалистами по цветоделению, печатниками и прочими субподрядчиками
Художник	Отвечает за художественную часть печатной/эфирной рекламы: контролирует разработку либо сам создает композицию рекламы, нанимает фотографов и иллюстраторов
Менеджер	Служит связующим звеном между клиентом и рекламным агентством: определяет средства информации для использования в рекламных целях и планирует их сочетание, подбирает конкретные носители, проводит исследования СМИ

Правильная организация деятельности всех структурных подразделений позволяет агентству наиболее действенно, эффективно и прибыльно реализовывать свои услуги.

Ю. А. Забелло

Институт управления и предпринимательства

ОСОБЕННОСТИ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Стратегическому планированию деятельности организации предшествует выбор и формулировка миссии и целей ее деятельности. Миссия задает общие ориентиры, ограничивает сектор деятельности организации. В пределах этого сектора организация достигает цели, которые могут изменяться по мере смены ситуации. Цели служат отправной точкой деятельности организации.

Пути достижения целей организации не единственны. Процесс стратегического планирования позволяет рассмотреть и оценить несколько возможных вариантов развития.