

КОНТРОЛЛИНГ В ОРГАНИЗАЦИИ

Уровень контроллинга является относительной категорией, поскольку может быть определен только в результате сравнения систем управления различных организаций.

Чтобы определить уровень контроллинга, необходимо установить:

- в какой мере реализованы в организации основные элементы системы контроллинга;
- какова степень интеграции различных элементов системы контроллинга и качество их координации.

Предприятия с низким уровнем контроллинга характеризуются неадекватностью элементов контроллинга требованиям современного общества, действующей экономической системы и внешней среды. Такие предприятия не могут использовать современные инструменты контроллинга в полной мере из-за отсутствия необходимых для этого условий.

Предприятия со средним уровнем контроллинга имеют необходимые средства и инструменты, однако не используют их. Необходимые условия реализации концепции контроллинга сформированы, однако отсутствует их достаточная реализация. Элементы контроллинга таких предприятий находятся в процессе совершенствования и являются частично адекватными сложившейся ситуации.

Предприятия с высоким уровнем контроллинга имеют необходимые инструменты и средства, их активно используют и добиваются роста эффективности хозяйственной деятельности. Элементы контроллинга на таких предприятиях адекватны условиям хозяйственной деятельности.

*Алехнович Н.Л., Маклакова О.М.
УО БГЭУ (Минск)*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НОСИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ

Преобладание стандартизированных товаров, усиление конкурентной борьбы во многих товарных категориях, фрагментация средств массовой информации, растущая осведомленность и требовательность покупателей, большое влияние розничных торговцев, устойчивость к воздействию массового маркетинга ведет к уменьшению влияния рекламы и появлению культуры впечатлений.

Реклама, использующая инновационные технологии, такие как ХЗD-панели, интерактивные видео носители Jest Point и Ground FX, основывается, в первую очередь, на эмоциональной мотивации потребителей. Привлекая внимание своей новизной и необычностью, она побуждает к покупке товара, формирует доверие со стороны потребителя и позволяет поддерживать лояльность к торговой марке.

Преимуществами рекламы, использующей инновационные рекламные носители, являются: возможность наладить нестандартные коммуникации с целевой аудиторией и презентовать потребителям товар новым, необычным способом, что приводит к более высокой степени восприятия рекламы и отклика на нее; усиление функций рекламы за счёт использования новейших технологических достижений и своей уникальности; по-