

**სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს“
სატელევიზიო მაუწყებლობის განვითარების სამსახურის
დებულება**

მუხლი 1. ზოგადი დებულებები

1. ეს დებულება განსაზღვრავს საჯარო სამართლის იურიდიული პირის – „საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს“ (შემდგომში „მაუწყებლის“) სატელევიზიო მაუწყებლობის განვითარების სამსახურის (შემდგომში „სამსახური“) სამართლებრივ სტატუსს, სტრუქტურას, უფლებამოსილებებსა და ვალდებულებებს, აწესრიგებს სამსახურის საქმიანობასთან დაკავშირებულ სხვა საკითხებს;
2. სამსახური წარმოადგენს მაუწყებლის სტრუქტურულ ერთეულს;
3. სამსახური თავისი მიზნებისა და ამოცანების განხორციელებისას წარმოადგენს მაუწყებელს და ანგარიშვალდებულია მაუწყებლის დირექტორის წინაშე;
4. სამსახური თავის საქმიანობაში ხელმძღვანელობს საქართველოს კონსტიტუციით, საერთაშორისო ხელშეკრულებებით, საქართველოს კანონებით, მაუწყებლის დებულებით, მაუწყებლის დირექტორის სამართლებრივი აქტებით, წინამდებარე დებულებით, სხვა საკანონმდებლო და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტებით.

მუხლი 2. სამსახურის მიზნები, ამოცანები და ფუნქციები

1. სამსახურის საქმიანობის მიზანია სატელევიზიო მაუწყებლობა ვითარდებოდეს უწყვეტად მაუწყებლის პრიორიტეტებისა და აუდიტორიის ინტერესების შესაბამისად;
2. **სამსახურის ძირითადი ამოცანებია:**
 - ა) სატელევიზიო გადაცემების/პროგრამების პრიორიტეტებისა და აუდიტორიის ინტერესების შესაბამისად განვითარება;
 - ბ) საეთერო ზადის სწორი დაგეგმვა, მართვა და განვითარება;
 - გ) აუდიტორიის მოზიდვა და მათი ლოიალურობის ამაღლება;
3. **სამსახურის ძირითადი ფუნქციებია:**
 - ა) არსებული სატელევიზიო გადაცემებში/პროგრამებში განვითარების შესაძლებლობების ძიების სამუშაოების ორგანიზება და მათი განხორციელების უზრუნველყოფა;
 - ბ) ახალი სატელევიზიო გადაცემების/პროგრამების დამატების შესაძლებლობებისა და იდეების გამოვლენის კოორდინაცია;
 - გ) სატელევიზიო მაუწყებლობისათვის ახალი ავტორების მუდმივი გამოვლენისა და გამოვლენის არხების მუდმივი განვითარება;
 - დ) როგორც არსებულ, ასევე ახალ ავტორებთან ურთიერთობების განვითარების მოქმედებების დაგეგმვისა და განხორციელების კოორდინაცია;
 - ე) საავტორო-შემოქმედებითი გადაცემების დროული მიღებისა და მათი შეთანხმებულ მოთხოვნებთან (პრიორიტეტებთან, აუდიტორიის ინტერესებთან) და ხარისხთან შესაბამისობის უზრუნველყოფა;
 - ვ) მაღალი ხარისხის, აუდიტორიის ინტერესების შესაბამისი მექანიკური პროგრამების შესყიდვის სამუშაოების კოორდინაცია;
 - ზ) მექანიკური მასალის შერჩევის/მიდგომის განსაზღვრისა და მისი მუდმივი დახვეწის სამუშაოების ორგანიზების უზრუნველყოფა;
 - თ) საეთერო ზადის გენერალური გეგმის სწორი პროცესითა და მიდგომით შედგენის ზედამხედველობა;
 - ი) საეთერო ზადის დაგეგმვის მეთოდებისა და მიდგომების მუდმივი განვითარების უზრუნველყოფა;
 - კ) საეთერო ზადში არსებული ხარვეზების დროული გამოვლენისა და რეაგირების ღონისძიებების განხორციელების უზრუნველყოფა;
 - ლ) სატელევიზიო პროგრამების რეიტინგების ანალიზი და მისი მუდმივი დახვეწის უზრუნველყოფა;
 - მ) პროგრამების რეიტინგების, სხვა მაუწყებლობებისა და არსებული საუკეთესო პრაქტიკების გათვალისწინებით საეთერო ზადში გადაცემების დამატებისა და გადაცემების ამოღების პროცესების ორგანიზება;
 - ნ) აუდიტორიასთან მუდმივი უკუკავშირის უზრუნველყოფა და უკუკავშირის არხების განვითარების მოქმედებების დაგეგმვა/განხორციელების ზედამხედველობა;
 - ო) ლოიალური მაყურებლების გამოვლენისა და მათი გამოვლენის არხების განვითარების სამუშაოების ორგანიზება;
 - პ) ლოიალური მაყურებლების ქსელის განვითარების შესაძლებლობების გამოვლენისა და შესაბამისი მოქმედებების დაგეგმვა/განხორციელების უზრუნველყოფა;
 - ჟ) რეკლამების დამკვეთებისა და დონორების მოზიდვის არხებისა განსაზღვრაში მონაწილეობა და მოზიდვის სამუშაოების კოორდინაცია;
 - რ) დამკვეთებთან და დონორებთან ურთიერთობების განვითარების შესაძლებლობების გამოვლენისა და შესაბამისი აქტივობების/ღონისძიებების დაგეგმვა/განხორციელების ზედამხედველობა;
 - უ) სატელევიზიო პროგრამებისათვის ანონსებისა და პრომოების დამზადებისა და მათი სხვადასხვა არხებით გავრცელების უზრუნველყოფა;
 - ფ) სატელევიზიო ბრენდის მახასიათებლების განსაზღვრაში მონაწილეობა და მათი მუდმივი განვითარებისათვის გეგმების შედგენა;
 - ქ) სატელევიზიო მაუწყებლობის ცნობადობის ამაღლებისა და ბრენდის განვითარების ღონისძიებებისა და აქტივობების განხორციელების კოორდინაცია.

მუხლი 3. სამსახურის უფლებამოსილება

დაკისრებული ფუნქციების და ამოგანების შესრულებისას სამსახური უფლებამოსილია:

- ა) დაადგინოს საავტორო-შემოქმედებითი გადაცემების ჩაბარების გრაფიკი, გადაამოწმოს თითოეული გადაცემის პრიორიტეტებთან, აუდიტორიის ინტერესებთან და ხარისხთან შესაბამისობა. შეადგინოს სპეციალური ანგარიშები არსებული გადაცემების დადებითი და უარყოფითი მხარეების შესახებ და ყოველ კვარტალურად წარმოადგინოს მმართველთა საბჭოში;
- ბ) შეისწავლოს არსებული სატელევიზიო გადაცემები და ყოველ კვარტალურად მმართველთა საბჭოში წარმოადგინოს სატელევიზიო ბადის განვითარების შესაძლებლობების და მისი განხორციელების გეგმა;
- გ) გაუწიოს კოორდინაცია მაღალი ხარისხის, აუდიტორიის ინტერესების შესაბამისი მექანიკური პროგრამების შესყიდვის სამუშაოებს;
- დ) დროულად გამოავლინოს საეთერო ბადეში არსებული ხარვეზები და მმართველთა საბჭოს შესთავაზოს რეაგირების ღონისძიებების გეგმა;
- ე) უზრუნველყოს გადაცემებში გამოვლენილ შეუსაბამობებზე საავტორო და შემოქმედებითი სამსახურის (გადაცემების ავტორების, რედაქტორებისა და პროდიუსერების) დროული ინფორმირება;
- ვ) შეიმუშავოს სატელევიზიო პროგრამების რეიტინგების შეფასების სქემა და აღნიშნული სქემის მიხედვით ყოველკვარტალურად წარადგინოს შესაბამისი შედეგები;
- ზ) შეიმუშავოს აუდიტორიასთან მუდმივი უკუკავშირის უზრუნველყოფის გეგმა და უზრუნველყოს უკუკავშირის არხების მოქმედების დაგეგმვა/განხორციელების ზედამხედველობა;
- თ) გამოავლინოს და შექმნას ლოიალური მაყურებლების სხვადასხვა ჯგუფები და მოახდინოს შეგროვებული ინფორმაციის ანალიზი;
- ი) განავითაროს რეკლამების დამკვეთებისა და დონორების მოზიდვის არხები და მეთოდები;
- კ) კოორდინაცია გაუწიოს შიდა სატელევიზიო პროგრამებისათვის ანონსებისა და პრომოების დამზადებისა და მათი სხვადასხვა არხებით გავრცელების პროცესს;
- ლ) კოორდინაცია გაუწიოს სატელევიზიო ბრენდის მახასიათებლების განსაზღვრის სამუშაოებს და მათი მუდმივი განვითარებისათვის გეგმების შედგენას;
- მ) სატელევიზიო მაუწყებლობის ცნობადობის ამაღლებისა და ბრენდის განვითარების გეგმა პერიოდულად შეათანხმოს მმართველთა საბჭოსთან, კოორდინაცია გაუწიოს შესაბამისი ღონისძიებებისა და აქტივობების განხორციელებას.

მუხლი 4. სამსახურის სტრუქტურა, ხელმძღვანელობა

სამსახურში დასაქმებულია:

- ა). სამსახურის უფროსი;
- ბ). სამსახურის უფროსის მოადგილეები - განვითარების და პრომოუშენის (ბრენდინგის) მომართულებით;
- გ). სატელევიზიო/მაუწყებლობის განვითარების მენეჯერი;
- დ). ბრენდის განვითარებისა და პრომოუშენის მენეჯერი;
- ე). სატელევიზიო/მაუწყებლობის განვითარების სპეციალისტი;
- ვ). გაყიდვებისა და დონორების მოზიდვის მენეჯერი (მარკეტინგის მენეჯერი);
- ზ). საეთერო ბადის მართვის მენეჯერი;
- თ). საეთერო ბადის მართვის სპეციალისტი;
- ი). აუდიტორიისა და პრაქტიკის კვლევის სპეციალისტი;
- კ). ბრენდის განვითარებისა და პრომოუშენის სპეციალისტი;
- ლ). ბრენდის განვითარებისა და პრომოუშენის სპეციალისტი - მუსიკალური გაფორმების/შეფუთვის მიმართულებით;
- მ). სარეკლამო პროდუქტის ეთერში განთავსების სპეციალისტი/კოორდინატორი;
- ნ). ანონსების რედაქტორი/სპეციალისტი;
- ო). ანონსების პრომოუშენის სპეციალისტი;
- პ). გადაცემების მიღების სპეციალისტი/კოორდინატორი;
- ჟ). მექანიკური პროდუქციის შერჩევისა და პრომოუშენის სპეციალისტი;

მუხლი 5. სამსახურში დასაქმებული პირების შესასრულებელი სამუშაოები

1) სამსახურის უფროსი:

- ა). არსებული სატელევიზიო გადაცემებში განვითარების შესაძლებლობების ძიების სამუშაოების ორგანიზება და მათი განხორციელების უზრუნველყოფა;
- ბ). ახალი სატელევიზიო გადაცემების დამატების შესაძლებლობებისა და იდეების გამოვლენის კოორდინაცია;
- გ). სატელევიზიო მაუწყებლობისათვის ახალი ავტორების მუდმივი გამოვლენისა და გამოვლენის არხების მუდმივი განვითარების პროცესების მართვა;
- დ). როგორც არსებულ, ასევე ახალ ავტორებთან ურთიერთობების განვითარების მოქმედებების დაგეგმვისა და განხორციელების კოორდინაცია;
- ე). საავტორო-შემოქმედებითი გადაცემების დროული მიღებისა და მათი შეთანხმებულ მოთხოვნებთან (პრიორიტეტებთან, აუდიტორიის ინტერესებთან) და ხარისხთან შესაბამისობის უზრუნველყოფა;
- ვ). მაღალი ხარისხის, აუდიტორიის ინტერესების შესაბამისი მექანიკური პროგრამების შესყიდვის სამუშაოების კოორდინაცია;
- ზ). მექანიკური მასალის შერჩევის მეთოდოლოგიისა და მიდგომის განსაზღვრისა და მისი მუდმივი დახვეწის სამუშაოების ორგანიზების უზრუნველყოფა;
- თ). საეთერო ბადის გენერალური გეგმის სწორი პროცესითა და მიდგომით შედგენის ზედამხედველობა;
- ი). საეთერო ბადის დაგეგმვის მეთოდებისა და მიდგომების მუდმივი განვითარების უზრუნველყოფა;
- კ). საეთერო ბადეში არსებული ხარვეზების დროული გამოვლენისა და რეაგირების ღონისძიებების განხორციელების უზრუნველყოფა;

- ლ). სატელევიზიო პროგრამების რეიტინგების შეფასების სქემის შემუშავებისა და მისი მუდმივი დახვეწის უზრუნველყოფა;
- მ). პროგრამების რეიტინგების, კონკურენტი მაუწყებლობებისა და არსებული საუკეთესო პრაქტიკების გათვალისწინებით საეთერო ბადეში სწორი გადაცემების დამატებისა და გადაცემების ამოღების პროცესების ორგანიზება;
- ნ). აუდიტორიასთან მუდმივი უკუკავშირის უზრუნველყოფა და უკუკავშირის არხების განვითარების მოქმედებების დაგეგმვა/განხორციელების ზედამხედველობა;
- ო). ლოიალური მაყურებლების გამოვლენისა და მათი გამოვლენის არხების განვითარების სამუშაოების ორგანიზება;
- პ). ლოიალური მაყურებლების ქსელის განვითარების შესაძლებლობების გამოვლენისა და შესაბამისი მოქმედებების დაგეგმვა/განხორციელების უზრუნველყოფა;
- ჟ). რეკლამების დამკვეთებისა და დონორების მოზიდვის არხებისა და მეთოდების განსაზღვრაში მონაწილეობა და მოზიდვის სამუშაოების კოორდინაცია;
- კ). დამკვეთებთან და დონორებთან ურთიერთობების განვითარების შესაძლებლობების გამოვლენისა და შესაბამისი აქტივობების/ღონისძიებების დაგეგმვა/განხორციელების ზედამხედველობა;
- ს). სატელევიზიო პროგრამებისათვის ანონსებისა და პრომოების დამზადებისა და მათი სხვადასხვა არხებით გავრცელების უზრუნველყოფა;
- ტ). სატელევიზიო ბრენდის მახასიათებლების განსაზღვრაში მონაწილეობა და მათი მუდმივი განვითარებისათვის გეგმების შედგენის ზედამხედველობა;
- უ). სატელევიზიო მაუწყებლობის ცნობადობის ამაღლებისა და ბრენდის განვითარების ღონისძიებებისა და აქტივობების განხორციელების კოორდინაცია;
- ფ). მაუწყებლის დირექტორის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

2) სამსახურის უფროსის მოადგილე - სატელევიზიო/მაუწყებლობის განვითარების მენეჯერი:

- ა). არსებული სატელევიზიო გადაცემების პერიოდულად შერჩევითი ნახვის კოორდინაცია, განვითარების შესაძლებლობების გამოსავლენად;
- ბ). სატელევიზიო ავტორების, რედაქტორებისა და თანამშრომლების პერიოდული გამოკითხვის კოორდინაცია, გადაცემების განვითარების შესაძლებლობებთან დაკავშირებით. გამოკითხვის შედეგების ანალიზი და სამსახურის უფროსთან წარდგენა;
- გ). გადაცემების განვითარების საჭიროებებსა და შესაძლებლობებთან დაკავშირებით ლოიალური მაყურებლების შეხვედრების ორგანიზება, პერიოდულ გამოკითხვაზე დავალების გაცემა;
- დ). არსებულ სატელევიზიო გადაცემებში განვითარების იდეების გენერირება რუბრიკებთან, ფორმატთან, დიზაინთან, წამყვანებთან, ხანგრძლივობასთან დაკავშირებით და იდეების დაყენება მმართველთა საბჭოზე განსახილველად;
- ე). ახალი სატელევიზიო გადაცემების დამატებისათვის იდეების გამოსავლენად შიდა დისკუსიის (ბრენინგორმინგი) პერიოდული ორგანიზება;
- ვ). ახალი სატელევიზიო გადაცემების დამატებისათვის კონკურენტი მაუწყებლობებისა და საუკეთესო პრაქტიკების გამოვლენა და ანალიზი;
- ზ). ახალი გადაცემების დამატების საუკეთესო იდეების შერჩევა და წარდგენა საბჭოზე;
- თ). ახალი სატელევიზიო გადაცემების დამატების საუკეთესო იდეებზე კონცეფციების დამუშავება/მომზადება;
- ი). საავტორო-შემოქმედებითი გადაცემების ეთერში გაშვების პერიოდულობის განსაზღვრაზე წინადადების მომზადება;
- კ). სატელევიზიო გადაცემების დამზადების სტილის განვითარების იდეების დაყენება საბჭოზე;
- ლ). სატელევიზიო გადაცემების განვითარების ღონისძიებების დროული ორგანიზების უზრუნველყოფა;
- მ). პოტენციური ავტორების სიის მომზადება საინტერესო სფეროებსა და დარგებში. პოტენციური ავტორების სიიდან სასურველი ავტორების შერჩევა და წარდგენა საბჭოზე;
- ნ). ახალი ავტორების მოზიდვისათვის შეთავაზებების მომზადება, მათთან კომუნიკაცია, მოლაპარაკებების წარმოება და მათი მოთხოვნების გაცნობა;
- ო). ავტორებთან მიმდინარე თანამშრომლობა იდეების გენერაციის მხრივ, ავტორების იდეების გადარჩევა, დახვეწა და დახმარება;
- პ). როგორც არსებულ ასევე ახალ ავტორებთან ურთიერთობის განვითარების ღონისძიებების მოფიქრება, დაგეგმვა და ორგანიზება;
- ჟ). მედიაკრიტიკის და მონიტორინგის სამსახურის მონაცემების ანალიზი, შესაბამისი რეკომენდაციების მომზადება;
- ს). სამსახურის უფროსის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;
- ტ). სამსახურის უფროსის არყოფნის ანდა უფლებამოსილების შესრულების შეუძლებლობის შემთხვევაში სამსახურის უფროსის მოვალეობის შესრულება;

3) სამსახურის უფროსის მოადგილე - ბრენდის განვითარებისა და პრომოუშენის მენეჯერი:

- ა). თითოეული სატელევიზიო პროგრამის (როგორც საავტორო გადაცემების, ასევე მექანიკური მასალის) პრომოუშენის აუთენტიკური პოტენციალის შეფასება და საჭიროებების გამოვლენა;
- ბ). თითოეული სატელევიზიო პროგრამისათვის კვარტლის პრომოუშენის გეგმის შედგენა - პრომოებისა და ანონსების რაოდენობების განსაზღვრის კოორდინაცია;
- გ). საუკეთესო პრაქტიკებისა და სხვა ტელევიზიების მიერ დამზადებული პრომოებისა და ანონსების მოძიებისა და ანალიზის კოორდინაცია;
- დ). მაღალი ხარისხის პრომოებისა და ანონსების დამზადება ავტორებთან და ჩართულ პირებთან შეთანხმებულად;
- ე). პრომოებისა და ანონსების მომზადების მიდგომებისა და მეთოდოლოგიის მუდმივი დახვეწა/განვითარების კოორდინაცია;
- ვ). დამზადებული პრომოებისა და ანონსების მაქსიმალური გავრცელების კოორდინაცია ტელევიზიაში, რადიოში, ინტერნეტში სხვადასხვა სახით/არხებით;
- ზ). წამყვანების, გადაცემების პოპულარიზაციის შესაძლებლობების გამოვლენა, იდეების მოფიქრება და დაყენება საბჭოზე;
- თ). სატელევიზიო ბრენდის მახასიათებლების განსაზღვრა (ლოგო, დიზაინი, დასახელება..) და მათი განვითარების იდეების დაყენება საბჭოზე;
- ი). დამტკიცებული ბრენდის მახასიათებლების შესახებ თანამშრომლების ინფორმირება;
- კ). მაუწყებლის პოპულარიზაციასთან დაკავშირებით წინადადებების დამუშავება;
- ლ). სატელევიზიო ბრენდის განვითარების მიმართულებით ღონისძიებების ეფექტურად ორგანიზება;
- მ). ბრენდისათვის საზიანო ინფორმაციის დროული გამოვლენა და შესაბამისი რეაგირების გზების დასახვა/განხორციელება;
- ნ). პრომოუშენი ღონისძიებებისა და აქტივობების გავრცელების არხების განსაზღვრა და მათი მუდმივი განვითარება;

- ო). სატელევიზიო ბრენდის განვითარების მიმართულებით განხორციელებული ღონისძიებების, აქტივობების მაქსიმალური გაშუქების უზრუნველყოფა სხვადასხვა არხების გამოყენებით;
- პ). გარე პარტნიორული არხების განვითარება, სადაც მოახდენს როგორც გადაცემების, ასევე ბრენდის და თანამშრომლების პრომოუშენს;
- ჟ). სამსახურის უფროსის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;
- რ). სამსახურის უფროსის და უფროსის მოადგილის არყოფნის ანდა უფლებამოსილების შესრულების შეუძლებლობის შემთხვევაში სამსახურის უფროსის მოვალეობის შესრულება;

4) სატელევიზიო/მაუწყებლობის განვითარების სპეციალისტი.

- ა). არსებული სატელევიზიო გადაცემების სისტემატიური ნახვა, განვითარების შესაძლებლობების გამოსავლენად;
- ბ). სატელევიზიო ავტორების, რედაქტორებისა და თანამშრომლების პერიოდული გამოკითხვა, გადაცემების განვითარების შესაძლებლობებთან დაკავშირებით;
- გ). გადაცემების განვითარების საჭიროებებსა და შესაძლებლობებთან დაკავშირებით ლოიალური მაცურებლების შეხვედრების მოწყობა;
- დ). ახალი სატელევიზიო გადაცემების დამატების შესაძლებლობების მუდმივი ძიება და ანალიზი;
- ე). პოტენციური ავტორების სისი მომზადება საინტერესო სფეროებსა და დარგებში;
- ვ). ახალი ავტორების მოზიდვის და მათთან კომუნიკაციის გზების ძიება;
- ზ). მონიტორინგის/ხარისხის კონტროლის სამსახურის მონაცემების ანალიზი;
- თ). სამსახურის უფროსისა და განვითარების მენეჯერის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

5) გაყიდვებისა და დონორების მოზიდვის მენეჯერი (მარკეტინგის მენეჯერი):

- ა). მაუწყებლის არასაბიუჯეტო შემოსავლების წლიური გეგმების მომზადება (თუ რა შემოსავალი უნდა გვეკონდეს და როგორ ვაპირებთ ამ შემოსავლების მოზიდვას);
- ბ). გეგმების შესრულების პერიოდული ანალიზი და ანგარიშების მომზადება;
- გ). შემოსავლების ანგარიშების წარდგენა საბჭოზე და საჭიროების შემთხვევაში გეგმების კორექტირება;
- დ). არსებული და პოტენციური რეკლამების დამკვეთების ბაზის ფორმირება;
- ე). რეკლამის კეთების ახალი შესაძლებლობების მუდმივი ძიება და გამოვლენა;
- ვ). პოტენციური რეკლამის დამკვეთების გამოვლენა და მათი მონაცემთა ბაზის შექმნა(ადმინისტრირება);
- ზ). რეკლამების პოტენციური დამკვეთებისა და დონორების გამოვლენის არხების, გზების განსაზღვრა და მათი მუდმივი განვითარება;
- თ). საჭიროების შემთხვევაში რეკლამის დამკვეთების მხარდაჭერა რეკლამების მომზადებაში;
- ი). პოტენციურ დამკვეთებთან და დონორებთან დაკავშირების გზების განსაზღვრა (პირდაპირი კომუნიკაცია, შუამავლების გამოყენება, მოწვევა ტელევიზიაში) და აღნიშნული გზების მუდმივი დახვეწა/განვითარება;
- კ). პოტენციური დამკვეთებისა და დონორების მოთხოვნების, საჭიროებების დადგენა;
- ლ). პოტენციური დამკვეთებისა და დონორებისათვის მათი საჭიროებებიდან და მოთხოვნებიდან გამომდინარე ხელსაყრელი შეთავაზებების/წინადადებების მომზადება;
- მ). დამკვეთებთან და დონორებთან შეხვედრების ორგანიზება;
- ნ). დონორებისა და დამკვეთების მხრიდან შეთავაზებებზე უარის თქმის შემთხვევაში მიზეზების დადგენა და ანალიზი;
- ო). დონორებთან პერიოდული ანგარიშების წარდგენის უზრუნველყოფა განხორციელებული სამუშაოების შესახებ;
- პ). დონორებთან და დამკვეთებთან ურთიერთობისას პრობლემების წარმოქმნის შეთხვევაში მათი დროული გამოვლენა და გადაწყვეტის გზების ძიება;
- ჟ). დონორებთან და დამკვეთებთან ურთიერთობის განვითარების იდეების მოფიქრება და წარდგენა საბჭოზე;
- რ). სამსახურის უფროსისა და უფროსის მოადგილეების სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

6) საეთერო ბადის მართვის მენეჯერი:

- ა) სამუშაო დღის ანალიზი - ეთერის ფრაგმენტოზაცია გარკვეულ დროის მონაკვეთებად (30 წუთიან და 01 საათიან მონაკვეთებად) და ამ მონაკვეთებში ტელევიზიასთან მოხვედრილი აუდიტორიის ინტერესების დადგენის უზრუნველყოფა;
- ბ) კონკრეტულ დროის მონაკვეთში ეკრანთან მოხვედრილი აუდიტორიის უმრავლესობის ინტერესების მიხედვით საეთერო ბადის გენერალური გეგმის შედგენა;
- გ) დასვენების და სადღესასწაულო დღეების საეთერო დღის ანალიზი და დროის კონკრეტულ მონაკვეთებში მოხვედრილი აუდიტორიის უმრავლესობის ინტერესების მიხედვით საეთერო ბადის გეგმის შედგენა;
- დ) საეთერო ბადის გენერალური გეგმების გატანა აუდიტორიის განვითარების საბჭოზე განსახილველად;
- ე) დამტკიცებული საეთერო ბადის გენერალური გეგმის მიხედვით პროგრამების მახასიათებლებზე (სფერო, ჟანრი, ხანგრძლივობა და ა.შ.) შესაბამისი ამოცანის დასმა როგორც მექანიკის განვითარებისთვის, ასევე პროგრამების განვითარებისთვის;
- ვ) სხვა ტელევიზიების საეთერო ბადის ანალიზი და საჭირო ცვლილებების პროექტის მომზადება (გენერალურ გეგმაში ცვლილებების განსახორციელებლად);
- ზ) უცხოური საუკეთესო საზოგადოებრივი მაუწყებლობების საეთერო ბადეებზე ინფორმაციის მოძიების უზრუნველყოფა და ანალიზი;
- თ) საეთერო ბადის გეგმაში არსებული ხარვეზების დროული გამოვლენა;
- ი) საეთერო ბადეში გამოვლენილი ხარვეზებისა და რეიტინგების მიხედვით ბადის გენერალური გეგმის კორექტირებაზე წინადადების მომზადება;
- კ) მუდმივი ანალიზი - რამდენად ყველა ტიპის აუდიტორიაა მოცული, რამდენად დაგულია მრავალფეროვნება და ბალანსი და შესაბამისი წინადადებების დამუშავება;
- ლ) ანალიზისა და რეიტინგების საფუძველზე საეთერო ბადეში გადაცემების ცვლილებაზე წინადადებების დაყენება საბჭოზე;
- მ) სატელევიზიო გადაცემების, მექანიკური პროგრამების და რეკლამების საეთერო ბადეში ყოველდღიურად სწორად განაწილებასა და ბადის სრულ აწყობაში მონაწილეობა;
- ნ) მაუწყებლის ქვევის კოდექსითა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქვევის კოდექსით განსაზღვრული/დადგენილი რეკომენდაციების განხორციელების უზრუნველყოფა საეთერო ბადის შედგენისას;

ო) სამსახურის უფროსისა და უფროსის მოადგილეების სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

7) საეთერო ზადის მართვის სპეციალისტი:

- ა) საეთერო ზადის შედგენასა და იდეების იდეების/წინადადების წარდგენა და აქტიური მონაწილეობა;
- ბ) დადგენილი/შეთანხმებული საეთერო ზადის მკაცრად დაცვის მონიტორინგი;
- გ) საეთერო ზადის ანალიზი და საჭირო ცვლილებების შეტანაზე წინადადებების მომზადება;
- დ) საეთერო ზადის გეგმაში არსებული ხარვეზების დროული გამოვლენა;
- ე) ანალიზისა და რეიტინგების საფუძველზე საეთერო ზადში გადაცემების ცვლილებაზე წინადადებების მომზადება;
- ვ) მაუწყებლის ქცევის კოდექსითა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსით განსაზღვრული/დადგენილი რეკომენდაციების განხორციელების უზრუნველყოფა;
- ზ) მიმდინარე საეთერო ზადის წინასწარი ნახვა და ხარვეზების გამოვლენა (დროულ აღმოფხვრაზე წინადადებების წარდგენა);
- თ) მიმდინარე რეჟიმში საეთერო ზადის ეფექტური მართვა;
- ი) დადგენილ საეთერო ზადში გაუთვალისწინებელი ცვლილებების არსებობის შემთხვევაში, დაუყოვნებლივ ინფორმაციის მიწოდება სამსახურის უფროსისათვის;
- კ) სამსახურის უფროსისა და უფროსის მოადგილეების სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

8) აუდიტორიისა და პრაქტიკის კვლევის სპეციალისტი:

- ა) აუდიტორიასთან უკუკავშირის არხების და მიდგომების განსაზღვრა, მისი განვითარების იდეების მოფიქრება და წარდგენა აუდიტორიის განვითარების საბჭოზე;
- ბ) სოციალურ ქსელებში აუდიტორიის გამოკითხვა დარგების მიხედვით არსებულ სატელევიზიო პროგრამებთან დაკავშირებით, ახალი სასურველი გადაცემების დამატებასთან დაკავშირებით;
- გ) მიზნობრივი სეგმენტების გამოკითხვა მათგან უკუკავშირის მისაღებად;
- დ) გარეგნულ ფორუმებზე საინტერესო თემების შერჩევა და აუდიტორიის გამოკითხვა მათთვის საინტერესო თემატიკის გამოსავლენად დარგების მიხედვით ექსპერტების გამოვლენა და მათი გამოკითხვა გადაცემებთან დაკავშირებით;
- ე) მაუწყებლის ცხელი ხაზის მუდმივი მონიტორინგი, შემოსული ინფორმაციის დამუშავება და ანალიზი;
- ვ) ლოიალური მაცურებლის გამოვლენის მიდგომების, არხების განსაზღვრა, დამუშავება და განვითარება;
- ზ) ლოიალური მაცურებლების გამოვლენა განსაზღვრული არხებით და მათთან ურთიერთობის განვითარების იდეების მოფიქრება და განხორციელება;
- თ) ლოიალური მაცურებლების ქსელის გაფართოების იდეების მოფიქრება, დაგეგმვა და განხორციელება;
- ი) საჭიროებისამებრ თემატური ფოკუს ჯგუფების შეკრება და მათთან საცდელი გადაცემების ჩვენების ორგანიზება;
- კ) არსებული გადაცემების რეიტინგების შეფასების სქემის მოფიქრება და ამ სქემის მუდმივი დახვეწა/განვითარება;
- ლ) სამუშაო და დასვენების (უქმე) დღეების საეთერო დღის ანალიზისა და გამოყოფილი ფრაგმენტების მიხედვით აუდიტორიის გამოკითხვა რომელ მონაკვეთში ხვდებიან ტელევიზორთან და როგორია მათი ინტერესები;
- მ) სხვა მაუწყებლობების ყველაზე რეიტინგული პროგრამების გამოვლენა, მათი რეიტინგულობის მიზეზების ანალიზი;
- ნ) უცხოური საუკეთესო პრაქტიკების გამოვლენა, მათზე ინფორმაციის მოძიება და ანალიზი - რა ტიპის გადაცემები აქვთ, რა სეგმენტზე გათვლილი, როგორ მართავენ საეთერო ზადს და ა.შ.;
- ო) დარგების მიხედვით ექსპერტების გამოკითხვა არსებულ გადაცემებთან დაკავშირებით და მათ მიერ მოწოდებული ინფორმაციის ანალიზი;

9) ბრენდის განვითარებისა და პრომოუშენის სპეციალისტი:

- ა) თითოეული სატელევიზიო პროგრამის პრომოუშენზე წინადადების მომზადება;
- ბ) თითოეული სატელევიზიო პროგრამისათვის კვარტლის პრომოუშენის გეგმის შედგენაზე წინადადებებისა და სხვადასხვა იდეების მომზადება;
- გ) საუკეთესო პრაქტიკებისა და სხვა ტელევიზიების მიერ დამზადებული პრომოებისა და ანონსების მოძიება და ანალიზი;
- დ) მაღალი ხარისხის პრომოებისა და ანონსების დამზადება ავტორებთან და ჩართულ პირებთან შეთანხმებულად;
- ე) პრომოებისა და ანონსების მომზადების მიდგომებისა და მეთოდოლოგიის მუდმივი დახვეწა/განვითარების წინადადებებისა და იდეებისა მომზადება;
- ვ) წამყვანების, გადაცემების პოპულარიზაციის შესაძლებლობების გამოვლენა;
- ზ) სატელევიზიო ბრენდის მახასიათებლების განსაზღვრასა და გაუნჯობესებაზე წინადადებების მომზადება;
- თ) სატელევიზიო ბრენდის განვითარების მიმართულებით განხორციელებული ღონისძიებების ორგანიზება;
- ი) ბრენდისათვის საზიანო ინფორმაციის დროული გამოვლენა და შესაბამისი რეაგირების გზების დასახვა;
- კ) სატელევიზიო ბრენდის განვითარების მიმართულებით განხორციელებული ღონისძიებების, აქტივობების მაქსიმალური გაშუქების უზრუნველყოფა სხვადასხვა არხების გამოყენებით;
- ლ) სამსახურის უფროსისა და მოადგილის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

10) ბრენდის განვითარებისა და პრომოუშენის სპეციალისტი - მუსიკალური გაფორმების/შეფუთვის მიმართულებით:

- ა) მაუწყებლის მფლობელობაში (საკუთრებაში ანდა საავტორო უფლება მოპოვებულ პროდუქტზე) არსებული პროდუქციის მუსიკალური გაფორმება;
- ბ) მუსიკალურ გაფორმებაში დახმარების უზრუნველყოფა მაუწყებელში არსებული სხვადასხვა სუბიექტების;
- გ) დამსაქმებლის მიერ მოპოვებული მუსიკალური პროდუქციის ვიდეომონტაჟი და ვიდეომონტაჟებისათვის კონსულტაციის გაწევა;
- დ) საეთერო ზადში მუსიკალური პროდუქციის ანდა მუსიკალური პროდუქციით გაფორმებული სხვა პროდუქციის საეთერო ზადში განთავსებამდე წინასწარი ნახვა;
- ე) მაუწყებლის მიერ გამოსაყენებელ მუსიკალურ პროდუქციაზე საავტორო უფლების მოპოვებაში დახმარება და დამსაქმებლის კონსულტაცია (რჩევების მიცემა);
- ვ) დამსაქმებლის მიერ მასობრივი ღონისძიებების დროს შექმნილი (გადაღებული) პროდუქტის მუსიკალური მონტაჟი/დამუშავება;

- ზ) მუსიკალური მექანიკური პროდუქციის შემენამდე შესაბამისი შესაბამისი წერილობითი რეკომენდაციების მომზადება;
- თ) საეთერო ბადეში მუსიკალური პროდუქციის დაუგეგმავ განთავსებაზე შესაბამისი წინასწარი თანხმობა ან უარყოფა, ხოლო გადაუდებელ შემთხვევაში (განთავსების შემდეგ) შესაბამისი მოსაზრებების მომზადება და წარდგენა;
- ი) მაუწყებლის რადიოს საეთერო ბადის დაგეგმვაში აქტიური მონაწილეობა და შესაბამისი რეკომენდაციების გაცემა;
- კ) სამსახურის უფროსისა და მოადგილის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

11) სარეკლამო პროდუქტის სატელევიზიო ეთერში განთავსების სპეციალისტი/კოორდინატორი:

- ა) რეკლამების დამკვეთების მოზიდვის არხებისა და მეთოდების განსაზღვრაში მონაწილეობა და მოზიდვის სამუშაოების წარმოება;
- ბ) რეკლამის დამკვეთებთან ურთიერთობების განვითარების შესაძლებლობების გამოვლენისა და შესაბამისი აქტივობების/დონისიძიებების დაგეგმვა/განხორციელების უზრუნველყოფა;
- გ) მაუწყებელში წარმოდგენილი სპონსორებისა და რეკლამის დამკვეთებისათვის წინადადების მომზადება;
- დ) მაუწყებლის სარეკლამო პოტენციალის პერიოდული შეფასება და ანალიზის მომზადება;
- ე) მაუწყებელთან სახელშეკრულებით ურთიერთობაში მყოფ რეკლამის დამკვეთებთან მაუწყებლის მიერ აღებული ვალდებულებების ჯეროვანი შესრულების უზრუნველყოფა;
- ვ) საეთერო ბადის შედგენაში აქტიური მონაწილეობა რეკლამის განთავსების ოპტიმალური მონაკვეთების გამოვლენის მიზნით;
- ზ) მაუწყებლის ქცევის კოდექსითა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსით განსაზღვრული/დადგენილი რეკომენდაციების განხორციელების უზრუნველყოფა სარეკლამო პროდუქციის საეთერო ბადეში განთავსებამდე;
- თ) რეკლამის (კომერციული, სოციალური ან/და წინასაარჩევნო თუ Product Placement-ის) სტატუსით წარმოდგენილი წინადადებების (პროდუქციის) რადიო და სატელევიზიო ბადეში განთავსებამდე, შესაბამისი რეკომენდაციის/წინადადებების (წერილობით) მომზადება (შესაბამისობის დადგენა საკანონმდებლო რეგულაციებთან);
- ი) სამსახურის უფროსისა და მოადგილის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

12) ანონსების რედაქტორი/სპეციალისტი:

- ა) ანონსების დამზადების კოორდინაცია (კონტროლი) დამსაქმებლის მფლობელობაში (საკუთრებაში ანდა საავტორო უფლება მოპოვებულ პროდუქტზე - მხატვრულ ფილმებზე, დოკუმენტურ ფილმებზე და ა.შ.) არსებული პროდუქციაზე;
- ბ) თითოეული სატელევიზიო პროდუქტის კვარტლის პრომოუშენის (ანონსირების) გეგმის შედგენა - ანონსების რაოდენობებისა და ხანგრძლივობის განსაზღვრა;
- გ) საუკეთესო პრაქტიკებისა და კონკურენტი ტელევიზიების მიერ დამზადებული ანონსების მოძიება და ანალიზი;
- დ) კონტროლი მაღალი ხარისხის პრომოებისა და ანონსების დამზადებაზე ავტორებთან და ჩართულ პირებთან შეთანხმებულად;
- ე) პრომოებისა და ანონსების მომზადების მიდგომებისა და მეთოდოლოგიის მუდმივი დახვეწა/განვითარება;
- ვ) მაუწყებელში დასაქმებული სუბიექტების მიერ (ავტორების, რეჟისორების, მემონტაჟების და ა.შ.) ხარისხიანი ანონსების დამზადების კონტროლი;
- ზ) საავტორო შემოქმედებით სამსახურში დასაქმებული სუბიექტების მიერ ანონსების განსაზღვრულ ვადებში მოწოდების კონტროლი;
- თ) მოწოდებული/მიღებული ანონსების გონივრულ ვადებში შემოწმება და უარყოფის შემთხვევაში შესაბამისი დასკვნის შედგენა;
- ი) ანონსის დაწუნების შემთხვევაში შესაბამისი აქტის შედგენა და ინფორმაციის დაუყოვნებლივ მიწოდება ანონსის შემქმნელი სუბიექტისთვის;
- კ) საეთერო ბადის შედგენაში აქტიური მონაწილეობის მიღება ანონსების ოპტიმალურ დროის მონაკვეთში განსათავსებლად
- ლ) საეთერო ბადის პერიოდული ანალიზი ანონსების საუკეთესო დროის მონაკვეთში განსათავსებლად;
- მ) სამსახურის უფროსისა და მოადგილის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

13) ანონსების პრომოუშენის სპეციალისტი:

- ა) დამსაქმებლის მფლობელობაში (საკუთრებაში ანდა საავტორო უფლება მოპოვებულ პროდუქტზე - მხატვრულ ფილმებზე, დოკუმენტურ ფილმებზე და ა.შ.) არსებული პროდუქციის წინ წამოწევის (მაყურებლის მოზიდვის) ხელშეწყობა ანონსების დამზადების გზით;
- ბ) თითოეული სატელევიზიო პროდუქტის კვარტლის პრომოუშენის (ანონსირების) განსაზღვრული გეგმის მიხედვით შედგენა/დამზადება;
- გ) მაღალი ხარისხის პრომოებისა და ანონსების დამზადება ანონსების რედაქტორთან შეთანხმებულად;
- დ) პრომოებისა და ანონსების მომზადების მიდგომებისა მუდმივი დახვეწა/განვითარება;
- ე) სამსახურის უფროსისა და მოადგილის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

14) გადაცემების მიღების სპეციალისტი/კოორდინატორი:

- ა) თითოეული გადაცემის ვიზუალურ მხარესთან, ფორმატთან, მომზადების წესებთან (აუდიო, ვიდეო, ტექნიკური ხარისხი, სტუდია, გადასაღები გარემო და ა.შ.) დაკავშირებული ზუსტი მოთხოვნების სრულად მომზადებაზე წინადადებების შემუშავება;
- ბ) თითოეული გადაცემის შინაარსთან (პრიორიტეტები, შინაარსობრივი ხარისხი, თემები, რუბრიკები და ა.შ.) დაკავშირებული ზუსტი მოთხოვნების სრულად მომზადებაზე წინადადებების შემუშავება;
- გ) განსაზღვრული/დადგენილი მოთხოვნების, წესებისა და კრიტერიუმების მიწოდება სამსახურის უფროსისათვისა და დინტერესებული პირებისათვის;
- დ) სამოქმედო გეგმის მომზადება (რომელ გადაცემას რა დროს ჩაიბარებს და როდის შეაფასებს);
- ე) შედგენილი სამოქმედო გეგმის მიხედვით თითოეული მომზადებული გადაცემის ნახვა მათი მოთხოვნებთან შეუსაბამობების გამოსავლენად;
- ვ) გადაცემაში შეუსაბამობების, ხარვეზების სიის ჩამონათვალის მომზადება;
- ზ) გადაცემებში გამოვლენილ შეუსაბამობებზე სამსახურის უფროსისა და პროდუქტის შემდგენის დროული ინფორმირება;
- თ) გადაცემებში გამოვლენილი ხარვეზებისა და შეუსაბამობების გამოსწორების მონიტორინგი და გადაცემების ხელახალი ჩაბარება;
- ი) დადგენილი მოთხოვნების, წესებისა და კრიტერიუმების პერიოდული გადახედვა და საჭიროების შემთხვევაში ცვლილებების შეტანის უზრუნველყოფა;
- კ) სამსახურის უფროსისა და მოადგილის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება;

15) მექანიკური პროდუქციის შერჩევისა და პრომოუშენის სპეციალისტი:

- ა) განსაზღვროს რა ტიპის მექანიკური პროგრამები უნდა ჰქონდეს ტელევიზიას (კინო, თეატრი, კონცერტები, სპორტი..) და მათთვის პროცენტული მაჩვენებლების შესახებ წინადადების შემუშავება;
- ბ) თითოეული მიმართულებით ყველაზე მოთხოვნილი მექანიკური პროგრამების გამოვლენა აუდიტორიისა და პრაქტიკების კვლევის სპეციალისტთა კოორდინაციით;
- გ) მექანიკური მასალის შერჩევის იდეების მოფიქრება და წარდგენა აუდიტორიის განვითარების საბჭოზე;
- დ) მექანიკური პროგრამების საუკეთესო ალტერნატივების გამოვლენა არსებული მეთოდოლოგიით და გეგმების შედგენა;
- ე) გეგმების მიხედვით შესაძენი მექანიკური პროგრამებისათვის დეტალური პირობების (ხარისხი, მახასიათებლები, ხანგრძლივობა) გაწერა შესყიდვების განყოფილებისთვის;
- ვ) პროდუქციის შესაძენად გამოცხადებულ ტენდერზე შემოსულ შემოთავაზებებზე ინფორმაციის მორგეობა და ანალიზი;
- ზ) მექანიკური პროგრამების პროვაიდერებთან კომუნიკაცია და მათთან ურთიერთობების განვითარება;
- თ) მექანიკური პროგრამების დროული შესყიდვის უზრუნველყოფა;
- ი) შესყიდული მექანიკური პროგრამების ნახვა, ხარვეზების მაქსიმალური აღმოჩენა და რეაგირების უზრუნველყოფა;
- კ) მექანიკური პროგრამებზე ანონსების მომზადების კოორდინაცია;
- ლ) მექანიკური პროგრამების განსათავსებლად საეთერო ბადის შექმნაში მონაწილეობა;
- მ) დაგეგმილ საეთერო ბადეში პროდუქციის ანონსისა და პროდუქციის დროული (წინასწარ განსაზღვრულ ვადაში) მიწოდება;
- ნ) სამსახურის უფროსისა და მოადგილის სამსახურებრივ მითითებების შესრულება.

მუხლი 6. განსაკუთრებული დებულებები

1. სამსახურში მუდმივ ან არამუდმივ ამოცანათა შესასრულებლად დადგენილი წესის საფუძველზე შეიძლება მიღებულ იქნენ სხვა პირები;
2. სამსახურს ხელმძღვანელობს უფროსი, რომელსაც კანონმდებლობით დადგენილი წესით თანამდებობაზე ნიშნავს და თანამდებობიდან ათავისუფლებს მაუწყებლის დირექტორი. სამსახურის უფროსის არ ყოფნის ან მის მიერ მოვალეობის შესრულების შეუძლებლობის შემთხვევაში სამსახურს ხელმძღვანელობს სატელევიზიო მაუწყებლობის განვითარების მენეჯერი, ხოლო სამსახურის უფროსისა და სატელევიზიო მაუწყებლობის განვითარების მენეჯერის არ ყოფნის ან მათ მიერ უფლებამოსილების განხორციელების შეუძლებლობის შემთხვევაში ბრენდის განვითარებისა და პრომოუშენის მენეჯერი;
3. სამსახურში კონკრეტული მენეჯერის, სპეციალისტის, კოორდინატორის ან რედაქტორის პოზიციაზე ვაკანსიის არსებობის შემთხვევაში, სამსახური უფლებამოსილი არ არის უარი განაცხადოს ამ დებულებით განსაზღვრული ვალდებულების შესრულებაზე;
4. ამ მუხლის 6.2. პუნქტით გათვალისწინებულ შემთხვევაში სამსახურის უფროსი შესასრულებელი სამუშაოებს ანაწილებს სამსახურში დასაქმებულ სხვა პირებზე ანდა ასრულებს უშუალოდ;
5. სამსახურში დასაქმებული ყველა პირი ადგენს და სამსახურის უფროსს წარუდგენს ყოველ კვარტალურ ანგარიშს, საანგარიშო პერიოდში გაწეული საქმიანობის შესახებ;
6. სამსახურში დასაქმებულმა პირებმა თავიანთი ვალდებულებების შეუსრულებლობის ანდა სამსახურში არსებული სხვა ხარვეზების შესახებ წერილობითი ინფორმაცია უნდა მიაწოდონ მაუწყებლის დირექტორს, გონივრულ ვადაში;
7. სამსახურის უფროსი ანგარიშვალდებულია მაუწყებლის დირექტორის წინაშე. სამსახურის უფროსი პასუხისმეგობარია სამსახურში დასაქმებული პირების მიერ ამ დებულებით გათვალისწინებული ფუნქციების ჯეროვნად შესრულებაზე;
8. სამსახური პერიოდულად მაგრამ არანაკლებ ექვს თვეში ერთისა ახორციელებს სამსახურის საქმიანობის ანალიზს და საქმიანობაში ხარვეზების აღმოჩენის შემთხვევაში საბჭოს წარუდგენს მისი გამოსწორების გეგმას;

მუხლი 7. დასკვნითი დებულება

1. ამ დებულებით გათვალისწინებული „საბჭო“ არის მაუწყებლის კოლეგიური ორგანო „მმართველი საბჭო“;
2. სამსახურის ყველა თანამშრომელი ვალდებულია შეასრულოს წინამდებარე დებულება;
3. სამსახურის დებულების გაუქმება, მასში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანა ხდება მაუწყებლის დირექტორის ბრძანებით.