

Курилович Д.Н.

ПРОДВИЖЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ОБ УПРАВЛЕНИИ ЖИЛЬЁМ СРЕДИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ДО 30 ЛЕТ

Белорусский государственный технологический университет, г. Минск

Аннотация. В настоящее время существует недостаток информации об управлении жильём среди разных целевых аудиторий. Люди не знают, к кому обратиться. В связи с этим, я предлагаю распространять информацию путём: раздаточного материала, интернет-ресурсов, СМИ. Также к каждой целевой аудитории нужен свой подход.

Современный мир характеризуется такой интересной тенденцией, как постоянное повышение роли информации. Каждый день люди общаются друг с другом, обмениваются информацией. Как говорится, кто владеет информацией- тот владеет миром. Информация об особенностях управления жильём- не исключение. В настоящее время люди испытывают огромный недостаток касающийся жилищно-коммунальных услуг. Им просто негде узнать нужную им информацию. Проанализировав ресурсы Республики Беларусь, можно заметить, что не только дети, подростки, но и порой взрослые не могут ответить на вопросы, с которыми по сути они уже сталкивались на протяжении своей жизни.

Поэтому цель данной статьи является образовательной-просветительской. Разработка методов внедрения в разные целевые группы информации об особенностях управления жильём.

Способы продвижения информации об управление жильём:

- распространение информации с помощью раздаточного материала;
- распространение информации с помощью интернет-ресурсов;
- распространение информации с помощью СМИ (радио, телевиденье, журналы, газеты).

Распространение информации с помощью раздаточного материала:

Раздаточный материал – это набор полиграфической продукции рекламного и информационного характера, такой как: визитки, буклеты, брошюры, каталоги, флаеры, листовки, плакаты. Их используют для распространения сведений о направлении деятельности.

Распространение информации с помощью интернет ресурсов

Все мы время от времени посещаем различные сайты и нередко обращаем внимания на рекламные баннеры. В связи с этим можно разместить рекламу на популярных белорусских сайтах. Например, на таких, как:

- realt.by (информационный портал, на котором собрана вся информация о жилой и нежилой недвижимости в Беларуси);
 - tut.by (новостной центр Республики Беларусь);
 - onliner.by (информационный центр, включающий в себя каталоги, нововсти, раздел недвижимост, автораздел и различные форумы);
 - nca.by (сайт Национального Кадастрового агентства) [2]
- **Распространение информации с помощью СМИ**

Ежедневно каждый из нас слушает радио по дороге на работу, смотрит вечером телевизор, читает газеты и журналы и является активным пользователем общественного транспорта. Исходя из этого мы предлагаем также разместить рекламу в часто посещаемых местах, а также с помощью средств массовой информации.

Наиболее эффективно, с нашей точки зрения, разместить рекламу на популярных телеканалах РБ, таких как: ОНТ и Беларусь

Также не следует забывать об активных автовладельцах, которые каждый день слушают радио в своем автомобиле. В нашей стране популярными являются такие радиоволны, как: пилот.фм, радиус.фм, душевное радио, радио рокс, новое радио, радио ОНТ, альфа радио, радио София, Мелодии века, Радио культура и др.

В крупных городах реклама в метро и общественном транспорте является одним из самых популярных и эффективных способов распространения рекламной информации. Во-первых, метро – это самый массовый вид городского транспорта. Каждый день регистрируется около 1 200 000 входов в метро, во-вторых, находясь в замкнутом вагоне в среднем около 10 минут, человек часто не знает чем себя занять, поэтому обращает внимание на своё окружение.

Распространение информации связанной с особенностями управления жильем среди детей.

Информацию, связанную с управлением жильем должны знать не только взрослые. Нужно с самого детства приучать детей к порядку в лифте собственного дома (общественных местах), о том, как вести себя в случае неисправности лифта, о чистоте своего подъезда, о том, как вести себя на детской игровой площадке, о том, где находится дома счетчик, что такое жилищно-коммунальные услуги, сколько воды дается на каждого человека, сколько метров квадратных квартира, в которой он проживает, чем отличается балкон от лоджии. Не каждый родитель считает себя обязанным рассказать об этом своему ребенку. Так, как до 15 лет все дети ходят в школу, можно предположить, что школа должна дать ребенку минимальные знания об управлении жильем. Раз в год, детей нужно собирать в помещении вместе со специалистами в области управления жильем, который расскажет детям самое основное. [1]

Распространение информации об управлении жильём среди студентов.

После окончания школы, школьники поступают в специальные учреждения для получения высшего/среднего образования, где он будет получать определенные знания по тем или иным дисциплинам. Но перечень вопросов связанных с особенностями управлением жильем остается также неизменным, связано это с тем, что никто самостоятельно не интересуется данными вопросами, пока с этим не столкнет его сама жизнь.

Так, как студенты не интересуются подобными вопросами, нужно помочь им в изучении данных тем. Раз в 2 семестра, научный руководитель группы (куратор) должен делать кураторский час на тему вопросов связанных с управлением жильем. Ещё, куратор может сделать экскурсию со своей группой в Минский городской исполнительный комитет. Также можно

собирают целыми потоками студентов в больших аудиториях и приглашают специалистов в данной области.

Распространение информации связанные с жилищно-коммунальными вопросами среди взрослых (до 30 лет).

После того, как студенты заканчивают университеты/колледжи, они отправляются на работу. Так, как чаще всего студенты съезжают от своих родителей в отдельные квартиры, у них появляется свое собственное или арендуемое жилье. Знания в области управления жильем для них сейчас куда более актуальны, чем в школьные годы.

Сперва, можно раскидывать раздаточный материал (бланки, флаеры, брошюры) в почтовые ящики данных жителей с целью ознакомления их с вопросами управления жильем. Через неделю после того, как жители квартир получили раздаточный материал, можно также провести опрос по усвоенному материалу.

Ещё одним способом распространения информации связанных с вопросами управления жильем можно сделать собрания жильцов данного дома, управляющим лицом этого дома. Где каждый житель сможет задать интересующие его вопросы, а сам управляющий, может провести познавательную лекцию.

Таким образом, если следовать всем предложениям в данной статье, то недостаток информации, который испытывают большинство жителей нашей страны, станет гораздо меньше. Люди все чаще будут обращать внимание на рекламу/новости об управлении и интересоваться вопросами жилищно-коммунальных услуг.

Список использованной литературы:

1. Лушкин С.. Способы управления многоквартирным домом. Товарищество собственников жилья .- Москва: ЗАО Юстицинформ. 2007.- 236 с.
2. Белорусский интернет-портал: www.tut.by. ООО “ТУТ БАЙ МЕДИА”, 2000-2016.

Kurilovich D.N.

**PROMOTION OF INFORMATION ON MANAGEMENT OF ACCOMMODATION
AMONG THE TARGET AUDITOR UP TO 30 YEAR**

Belarusian State Technological University, Minsk

Summary

Currently, there is a lack of information on managing housing among different target audiences. People do not know who to turn to. In this regard, I propose to disseminate information through: handouts, Internet resources, and the media. Also, each target audience needs its own approach.