

Лорченко Ю.К.

**ПРОДВИЖЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ОБ УПРАВЛЕНИИ ЖИЛЬЁМ СРЕДИ
ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ОТ 30 ЛЕТ**

Белорусский государственный технологический университет, г. Минск

Аннотация. В настоящее время существует недостаток информации об управлении жильём среди разных целевых аудиториях. 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.

Актуальность данной темы заключается в том, что 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 многие люди испытывают нехватку информации, связанную с жилищно-коммунальными услугами. Проанализировав ресурсы Республики Беларусь можно сделать вывод о том, что некоторые граждане не имеют понятия, где найти ответы на интересующие их вопросы. Поэтому цель этой статьи является образовательно-просветительской. Разработка методов внедрения в общество информации и ресурсного центра для общедоступного пользования граждан в возрасте от 30 лет.

Для того, чтобы тщательно рассмотреть все способы продвижения информации целевая аудитория будет разделена на две группы:

1. Взрослые в возрасте от 30 до 55 лет
2. Взрослые от 55 лет.

В основном всё своё время взрослые от 30 до 55 лет проводят на работе или дома. Поэтому, чтобы донести информацию об управлении жильём и ответить на все интересующие вопросы граждан ежемесячно можно устраивать курсы, собрания, тренинги. Проводить их целесообразнее не набирая людей, а на местах их работы, чтобы окружающая атмосфера не угнетала их, а также для того, чтобы на тренинги попало как можно больше людей. Также рекомендуется проводить различные мероприятия, игры, ведь каждый человек после работы хочет расслабиться и не просто послушать лекцию, но и поучаствовать в интересной игре, быть активным, наполнить вечер смехом и положительными эмоциями. Также это поможет сблизиться и создать дружескую атмосферу в коллективе.

В настоящее время каждый второй житель планеты умеет и широко пользуется всемирной сетью «Интернет». Все мы время от времени посещаем различные сайты и нередко обращаем внимания на рекламные баннеры. В связи с этим мы предлагаем разместить нашу рекламу на тематических сайтах. Это ещё один способ распространения информации об управлении жильём. 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, новости, раздел недвижимости, автораздел и различные форумы);
- nca.by (сайт Национального Кадастрового агентства);
- relax.by (информационно-развлекательный портал);
- belstat.gov.by (сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь).

Помимо этого, можно также доносить информацию с помощью раздаточного материала, например, класть в почтовые ящики или вешать возле подъездов на стендах с объявлениями. Проводить опросы по домашнему телефону, делать рассылки на мобильные телефоны в виде смс, а также наглядная реклама в метро, общественных транспортах, на остановках и стендах. Для владельцев автомобилей подойдет реклама на радио.

Однако распространить информацию об управлении жильём это одно, а вот проверить насколько её усвоили – это другое. Конечно, проверять усвоенный материал и качество его исполнения у взрослых людей не так уж и просто, однако возможно. Проверку можно осуществлять с помощью заполнения анкет, вопросников, экспресс-тесты на мобильном телефоне, опрос на улицах города и т.д.

Способ распространение информации с помощью СМИ подходит для обеих возрастных групп. 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 стоит забывать о региональных телеканалах, к которым обращаются жители определённого города или региона.

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.

Многие не изменяют своим привычкам и нередко обращаются к печатным изданиям, а не к интернету. Для таких любителей мы предлагаем разместить нашу рекламу на просторах газет и журналов. Ссылки на наш сайт и рекламу можно разместить в таких популярных газетах, как: Советская Беларусь, Комсомольская правда в РБ, Наша Нива, Из рук в руки, Вечерний Минск, На страже, Звезда и т.д. А также в журналах: Главный бухгалтер, Женский Журнал, ПРО недвижимость, Налоговый вестник, Индивидуальный предприниматель 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. Реклама в этом случае воспринимается с интересом. Так пассажиры становятся потенциальными потребителями рекламируемых товаров и услуг.

Для группы граждан после 55 лет, которые ведут уже малоактивный образ жизни, больше времени проводят дома, на даче, с внуками, игры и собрания уже будут малоинтересны и утомительны. А вот статья в газете или передача по телевизору будут занимательными. Продвижение информации об управлении жильём в газетах это не только реклама и ссылка на ресурсный центр (интернет-сайт), но также статьи о правилах пользования лифтами, подъездами, как поддержать чистоту в своём доме, ведь это зависит не только от вас, но и от других проживающих в доме. На телепередачи интересно приглашать профессионалов своего дела, которые могут рассказать о ваших правах и обязанностях, а также рассказать, куда вы можете обратиться с вашей проблемой, где и чем вам могут помочь. Про жилищно-коммунальные услуги, ведь последнее время часто вносят изменения, проводят пересчёты и т.д. Также интересно будет приводить жизненные примеры, приглашать туда домоуправление или просто жильцов, которые могут показать и рассказать о том, как они смогли договориться между собой о поддержании чистоты, ведении различных графиков, как помогли им решить их проблему, а главное кто.

Некоторым пенсионерам приносят пенсию домой – это еще один способ продвижения информации об управлении имуществом. Ведь вместе с пенсией можно принести тематические буклеты или даже журналы, которые будет интересно почитать на досуге, и обсудить вместе со своими соседями.

Проверить усвоенный материал у пенсионеров, пожалуй, самая сложная задача. Однако существуют способы, которые помогут сделать это.

В ходе тематических бесед с группой пенсионеров, либо по телефону можно не только скрасить жизнь и пообщаться с пенсионерами, но и проанализировать степень усвоения материала. Очень важно уделять внимание этой возрастной группе, ведь беседа может получиться не только развлекательной, но и образовательной. Для телепередач и шоу можно сделать горячую линию, куда сможет обратиться каждый человек.

Пенсионеры и взрослые – две очень важные группы, так как именно они могут передать свой опыт и знания своим детям и внукам, научить их быть грамотными и подкованными в этой сфере, знать свои права и не забывать свои обязанности. Ведь если каждый будет заинтересован в этом, то мероприятий, игр, лекций, собраний, тренингов можно будет проводить гораздо чаще и больше, вне зависимости от твоей возрастной группы.

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.

Lorchenko Y.K.

**PROMOTION OF INFORMATION ON MANAGEMENT OF ACCOMMODATION
AMONG THE TARGET AUDITOR OVER 30 YEARS OLD**

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.