

# МАСС-МЕДИЙНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ

*М.А. Седнина*

Научный руководитель – к.и.н., доцент *А.К. Дубовик*  
*Белорусский национальный технический университет*

Современные средства массовой информации (СМИ) – газеты, журналы, телевидение, радио – предлагают разнообразные возможности для рекламы. Актуальным представляется проведение медиаисследований СМИ для размещения рекламного объявления.

Целью исследования является расчет показателей и их оценка для масс-медиа. Медиаисследования (Media Research) проводятся по следующим направлениям:

- *Статистика носителей;*
- *Количественные медиаисследования;*
- *Качественные медиаисследования.*

В рамках количественных медиаисследований необходимо проанализировать следующие показатели, охватывающие аудиторию СМИ:

- *Кумулятивная аудитория;*
- *Аудитория четверти часа;*
- *Циркуляция.*

Далее в рамках медиаисследования конкретной рекламной кампании целесообразно рассмотреть показатели, описывающие медиаплан данной рекламной кампании:

- *Gross impressions (суммарная аудитория);*
- *GRP (Gross Rating Points) – общая сумма всех рейтинговых пунктов;*
- *Reach (охваченная аудитория);*
- *Frequency (частота).*

Следующим пунктом в проведении медиаисследования рекламной кампании в СМИ является расчет и анализ индексов эффективности СМИ:

- *Cost per thousand (CPTk) – стоимость просмотра рекламного объявления одной тысячей человек целевой аудитории.*
- *Cost per Rating Point (CPRP) – метод сравнения СМИ путем соотношения стоимости размещения рекламного объявления к рейтингу аудитории СМИ, в котором размещается данное рекламное объявление.*

В процессе планирования рекламной кампании перед рекламодателем возникает задача выбора средств массовой информации таким образом, чтобы при фиксированной сумме вложенных средств обеспечить прочтение объявления максимальным числом потенциальных потребителей товаров и услуг. Поскольку издания в значительной степени отличаются друг от друга по многим показателям, необходимо ввести индекс, позволяющий вести сравнительный анализ - индекс рекламной эффективности издания.

## НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ К ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*З.С. Новикова*

Научный руководитель – к.ф.н., доцент *С.В. Потапенко*  
*Белорусский национальный технический университет*

Развитие рыночных отношений предполагает поиск новых современных форм мотивации и стимулирования труда. Только зная, что движет человеком, побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий, можно разработать эффективную систему форм и методов управления. Исследованию данной проблемы посвящено множество концепций.

Так, содержательные теории мотивации трудовой деятельности выходят на мотивацию через потребности работников и ориентируют руководителей предприятий на то чтобы знать

эти потребности и учитывать их значение в процессе постоянно изменяющейся ситуации в коллективе. Процессуальные теории основное внимание уделяют не потребностям, а процессу поведения людей в момент достижения определенных целей. Рассмотрев современные теории мотивации, нельзя однозначно выделить среди них наиболее эффективную и значимую. Все теории мотивации подчеркивают, что ни один стиль деятельности менеджера или какой-либо подход не являются универсальным, и выбор зависит от индивидуальных достижений работников, конкретной ситуации, менеджера, сущности организации и комплекса использованных методов стимулов мотивации.

Осуществляемый в настоящее время в Республике Беларусь переход от административно-командных методов управления к рыночной экономике, построенной на многообразии форм собственности, предполагает необходимость переосмысления методов мотивации вообще, и в частности, связанных с сущностью и содержанием оплаты труда. Разработка оптимальных соотношений в оплате труда различной сложности является наиболее важным моментом в системе дифференциации заработной платы. Оплата труда является мотивирующим фактором, только если она непосредственно связана с итогами труда. Работники должны быть убеждены в наличии устойчивой связи между получаемым материальным вознаграждением и производительностью труда. В заработной плате обязательно должна присутствовать составляющая, зависящая от достигнутых результатов (премирования и поощрение). При внедрении систем материального и морального стимулирования следует обязательно учитывать следующие важнейшие принципы: дифференциация стимулирования и ответственности в зависимости от результатов работы; обязательность поощрения за положительные результаты работы; максимум поощрения за основные обязанности; непосредственность стимулирования и ответственность; гласность и открытость.

Для белорусской ментальности характерно стремление к коллективному труду, признанию и уважению коллег. Сегодня, когда из-за сложной экономической ситуации трудно обеспечить высокую оплату труда, особое внимание следует уделять нематериальному стимулированию, создавая гибкую систему льгот для работников гуманизируя труд.

В Республике Беларусь механизм мотивации работников к эффективному труду нуждается в совершенствовании. Эффективное поведение человека в процессе его трудовой деятельности возможно при наличии трех видов заинтересованности: материальной, моральной и заинтересованности в трудовой деятельности, обеспечивающей разностороннее развитие способностей и склонностей человека, т.е. позволяющей реализовать потенциальные возможности работника.

## **РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КАК ОСНОВНОЙ МЕТОД СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ**

*Л.А. Галимова*

Научный руководитель – к.ф.н., доцент *Е.Л. Крачковская*  
*Белорусский национальный технический университет*

В период перехода к рыночным методам ведения производственно-хозяйственной деятельности предприятий актуальна проблема внедрения современного субъекта хозяйствования, обеспечивающего действительные внутренние стимулы для развития и побуждения работать на потребителя, экономить ресурсы в силу их ограниченности, широко применять достижения науки и техники, увязывать интересы предприятия с интересами развивающегося информационного пространства. Все это невозможно без коренного реформирования, перехода к совершенным, рациональным организационным структурам управления предприятия.

Представленный доклад является самостоятельным исследованием, выполненным на актуальную тему, ибо именно сегодня ориентация на усиление экономических методов управления по-новому ставит проблему построения и совершенствования организационных структур управления. Они должны создавать возможность для повышения производительности управленческого труда, исключая потери рабочего времени при подготовке, оформлении,