

специальных фондов и расширение практики передачи беспатентных лицензий на научно-технические разработки.

2. Использование ценовых и неценовых факторов при формировании эффективной инновационной стратегии и проведения технологической реструктуризации предприятий.

3. Расширить маркетинговые исследования рынка.

4. Создать экономические стимулы для развития инновационной деятельности на государственном уровне, обновить нормативно-правовую базу с целью разработки эффективной инновационной стратегии.

5. Возобновить связь производственных предприятий с отечественными и зарубежными научными учреждениями, создать научно-производственные объединения.

6. И, конечно же, следует пересмотреть оплату труда работников, повысить престижность научного труда и т.д.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ

Т.Л. Листонад

Научный руководитель – преподаватель *Е.С. Третьякова*
Белорусский национальный технический университет

Роль рекламы в нашей жизни очень велика. Однако в отечественном бизнесе все еще наблюдается пренебрежение рекламой. Это чаще всего объясняется тем, что определить реальную эффективность рекламной деятельности, выраженную в конкретных цифрах, очень сложно, а порой практически невозможно. Причина этого заключается в том, что действие рекламы растягивается во времени. Зарубежные фирмы уже решили эту проблему. Все-таки, что же такое эффективность рекламы?

Эффективность рекламы - один из важнейших факторов, влияющих на объемы и темпы продаж товаров или услуг. Следует отметить различия в подходах к определению эффективности рекламы с точки зрения рекламодателя и с точки зрения рекламопроизводителя. Для первого - это количество ее потребителей и ее запоминаемость у них. Для каждой рекламной компании необходимо разрабатывать творческую стратегию. Она должна отражать понимание маркетинговых концепций и методов убеждения.

Различают экономическую эффективность рекламы и эффективность психологического воздействия на сознание человека. Причем психологическое воздействие наиболее результативно, если оно приводит потенциальных потребителей к совершению покупки.

Данные об эффективности психологического воздействия рекламы позволяют прогнозировать ее действенность. Действенная, эффективная реклама - всегда результат тщательного планирования. Чтобы создать такую рекламу, нужно прежде всего понять, чем руководствуются люди при покупках и суметь научиться общаться с ними. Можно пользоваться такими методами, как повторяемость, интенсивность, движение (динамичность), контрастность, размер, эмоциональность. Несколько решений, принятых в самом начале, облегчат вам последующую жизнь и избавит от головной боли, когда придет пора оценивать результативность рекламы. Если вы правильно выберете рекламное средство, чтобы донести информацию до целевого рынка, подберете девиз, используете сильный текст и иллюстрации - ваша реклама будет эффективной.

Иначе говоря, результативность рекламы означает, что вы правильно себя ведете. В конце хотелось бы привести такие цифры. Ежегодно в мире используется на рекламу около 300 млрд. долларов. Это еще раз подтверждает то, что реклама является альфой и омегой любого бизнеса.