

сельскохозяйственной продукции и продуктов питания. В последние два года экспорт продовольствия и продуктов питания превышает 4 млрд долларов. В общем объеме экспорта доля такой продукции увеличилась до 17,7 % в 2016 году. Торговые отношения Беларусь поддерживает почти со всеми государствами мира. Основные торговые партнеры республики: Российская Федерация (по данным за 2016 год, 51,3 % от всего объема товарооборота), Украина (7,5 %), Китай (5,1 %), Германия (4,5 %), Польша (3,9 %), Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии (2,4%), Нидерланды (2,2 %), Литва (2 %), Турция (1,6 %), Италия (1,3 %), Соединенные Штаты Америки (1,3 %) [1].

Беларусь – важная транспортная артерия евразийского пространства. Ежегодно через территорию страны следует свыше 100 млн тонн европейских грузов, из них около 90 % – между Россией и ЕС. При этом республика в полной мере обеспечивает оперативность и безопасность транзита. Транспортные услуги оказываются железнодорожным, автомобильным, воздушным, речным и трубопроводным видами транспорта. Географическое положение Беларуси предопределило ее роль в качестве транзитной дорожной державы: республика находится на перекрестке основных транспортных маршрутов, связывающих государства Западной Европы с Востоком, регионы Черноморского побережья со странами Балтийского моря. Территорию Беларуси пересекают 2 трансъевропейских транспортных коридора, определенных по международной классификации под номером II (Запад – Восток) и под номером IX (Север – Юг) с ответвлением IХВ [4].

Согласно Докладу о человеческом развитии 2016 ПРООН (Программа развития ООН), Беларусь по сводному индексу человеческого развития заняла в мировом ежегодном рейтинге 52-е место, имея наивысшее значение индекса среди стран с высоким уровнем человеческого развития.

Список использованных источников

1. Национальный интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь – Режим доступа : <http://www.belstat.by>. – Дата доступа: 2.04.2018.
2. Национальный интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь – Режим доступа : <http://president.gov.by>. – Дата доступа: 12.04.2018.
3. Национальный интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Министерство экономики Республики Беларусь – Режим доступа : <http://www.economy.gov.by>. – Дата доступа: 2.04.2018.
4. Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Белорусская Деловая Газета – Режим доступа : <http://www.bdg.by>. – Дата доступа: 12.04.2018.

УДК 658.83

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗРАБОТКИ ЛОГОТИПА УО «ВГТУ» ПО ДАННЫМ ОПРОСА СТУДЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Слонимская М.А., к.э.н., доц.

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Реферат. В статье анализируется отношение студентов и преподавателей УО «ВГТУ» к логотипу университета на основе результатов специально проведенного анкетного опроса, предложены направления совершенствования логотипа университета.

Ключевые слова: логотип, запоминаемость, положительные ассоциации, стиль изображения, шрифт.

В марте 2018 года был проведен опрос 146 студентов и 23 преподавателей УО «ВГТУ» с целью определения необходимых направлений совершенствования логотипа УО «Витебский государственный технологический университет». Указанный объем выборки

позволяет получить результаты с достоверностью 95 % и точностью не менее, чем $\pm 7,7$ %.

Характеристика структуры выборки. Большая часть респондентов – это студенты и преподаватели факультета экономики и бизнес-управления (66,9 %), на втором месте – факультета производственных технологий (23,1 %), представители остальных факультетов составляют 10 % респондентов. По курсам опрошенные студенты распределились следующим образом: 1,9 % – студенты первого курса, 16,6 % – второго, 47,1 % – третьего, 17,2 % – четвертого и 17,2 % – пятого, по полу – 25,4 % мужчины и 74,6 % – женщины. В основном были опрошены молодые люди в возрасте от 18 до 25 лет (89,3 %).

Запоминаемость элементов логотипа университета. Как показывают результаты опроса, более 30 % респондентов не помнят ни одного элемента существующего логотипа университета. При этом несколько лучше запоминается надпись (помнят 64,4 % студентов и 69,6 % преподавателей), около половины респондентов запомнили цветовую гамму логотипа, а менее половины – изображение. Существенные различия в оценках запоминаемости отдельных элементов логотипа университета студентами и преподавателями, а также студентов по курсам, респондентов по возрасту и факультетам отсутствуют.

Оценка респондентами отдельных элементов логотипа университета. В целом респонденты оценили хорошо (на 3,6 балла по 5-ти балльной шкале) только размер надписи на логотипе университета. Хуже всего респонденты оценивают его привлекательность, запоминаемость и наличие ассоциаций. Преподаватели оценивают логотип университета ниже, чем студенты по всем его элементам, однако статистически значимые различия в оценках студентов и преподавателей наблюдаются только по привлекательности и наличию положительных ассоциаций.

Ассоциации, связанные с логотипом университета отметили только 37,3 % респондентов. При этом были отмечены, как положительные, так и отрицательные, а также нейтральные ассоциации. Были отмечены следующие положительные ассоциации:

- связанные с голубым цветом – голубое небо, свобода, свежесть, спокойствие;
- связанные с символом – круговорот знаний, символ инь-янь, путь к успеху, стремление к чему-то новому;
- с шрифтом – красивый шрифт;
- общее впечатление – верная гарантия вашего успеха, знания, официальность, спокойствие, престиж, приятный, легко запоминающийся, простота, корректность, скромность, лаконичность, строгость, хороший универ.

Отрицательные ассоциации:

- связанные с символом – дверная ручка, непонятная абракадабра, в виде скрепки, скрепка, похоже на кипятильник;
- общее впечатление – безликость, неприметность, ничего особенного, слишком банально, не очень понятный образ.
- похожесть на логотип поликлиники, предприятия, любительской сборной по баскетболу от пивзавода.

Нейтральные ассоциации:

- связанные с символом – улитка, лабиринт, буквы G, J, буква И, микросхема;
- общее впечатление – аббревиатура учебного заведения, ВГТУ, Витебск, занятия, стипендия, высшее образование.

Респонденты считают, что логотип университета должен ассоциироваться с направлениями подготовки специалистов и технологией (отметили 20 % респондентов), со знаниями и инновациями (13 %), привлекать студентов, отражать престиж вуза (10 %), быть запоминающимся (5 %).

Предпочтительные цвета логотипа. Большинство респондентов считают, что в логотипе УО «ВГТУ» должен присутствовать синий цвет (рисунок 5). Красный цвет в большей степени желателен для студентов, чем для преподавателей. В качестве других предпочтительных цветов были отмечены белый (4,7 % респондентов), желтый (3,5 %), голубой (2,9 %) и др.

Предпочтительные изображения на логотипе. Большинство студентов и преподавателей университета желают видеть на логотипе абстрактные фигуры (отметили более 60% опрошенных студентов и более 65 % опрошенных преподавателей) (рис. 1). На втором месте по степени предпочтения находится здание. Людей и животных на логотипе университета желают видеть не больше 17 % преподавателей и 13 % студентов. Кроме того предлагалось изобразить на логотипе УО «ВГТУ» книгу, график, компьютер, стилизованные механизмы, геометрические фигуры.

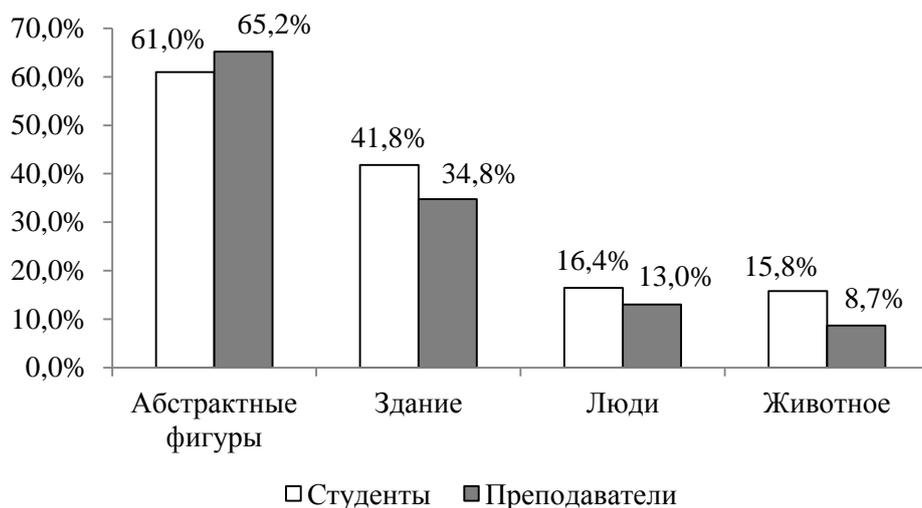


Рисунок 1 – Изображения, которые должны содержаться в логотипе УО «ВГТУ», по мнению студентов и преподавателей, в % от общего количества респондентов

Предпочтительный стиль логотипа. Стиль логотипа университета, по мнению большинства студентов и преподавателей, должен быть 3D (объемный), строгий или гербовый. Преподаватели при этом в большей степени склоняются к строгому и гербовому стилю, студенты – к 3D (объемному) и строгому (рис. 2).

Лучшие и худшие логотипы учебных заведений. Респондентам также предлагалось выбрать три логотипа, которые им понравились из 14 логотипов различных учебных заведений. Более половины респондентов выбрали логотип МГУ им. Ломоносова, около трети респондентов – логотип Финансового университета при правительстве Российской Федерации. Относительно чаще других в качестве лучших также отмечались логотипы БГУ, Университета Саарланда (Германия) и Университет Мурсии (Испания).

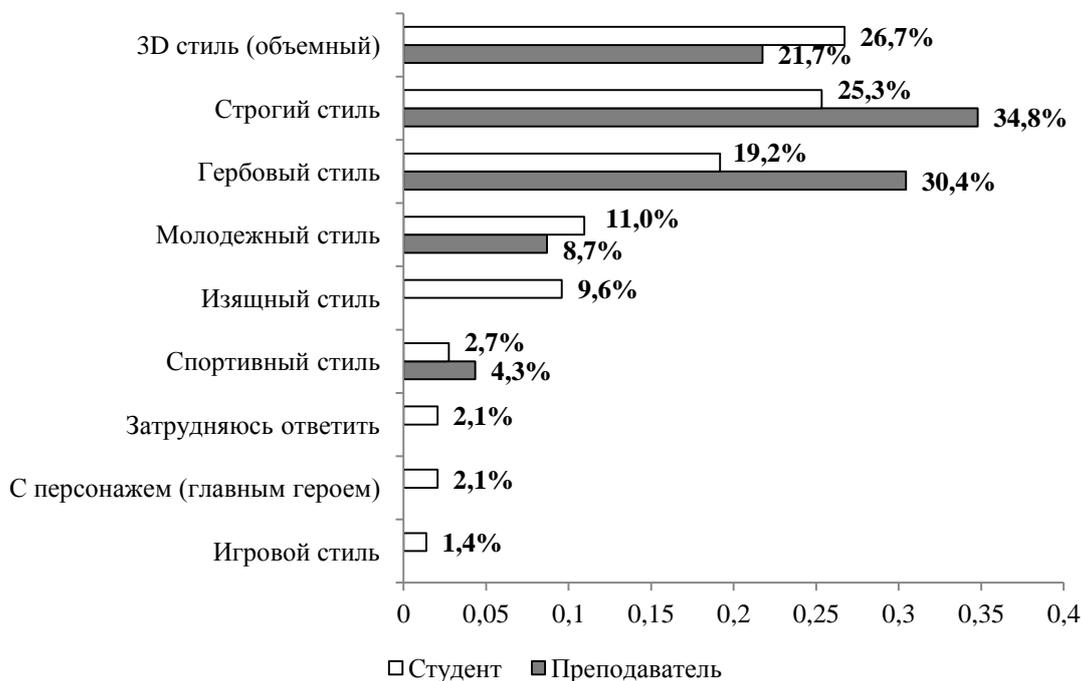


Рисунок 2 – Предпочтительный стиль логотипа УО «ВГТУ», по мнению студентов и преподавателей, в % от общего количества респондентов

Выводы и рекомендации. На основе результатов опроса преподавателей и студентов УО «ВГТУ», проведенного с целью определения необходимых направлений

совершенствования логотипа УО «Витебский государственный технологический университет» можно сделать следующие выводы:

- существующий логотип УО «ВГТУ» плохо запоминается, его не достаточно хорошо помнят как студенты, так и преподаватели университета. Хуже всего респонденты помнят цветовую гамму и изображение, лучше всего – надпись на логотипе;
- респонденты лучше всего оценивают размер надписи на логотипе университета, хуже всего – связанные с ним ассоциации. Преподаватели оценивают логотип по его привлекательности и наличию ассоциаций хуже, чем студенты;
- около двух третьих респондентов не имеют никаких ассоциаций, связанных с логотипом УО «ВГТУ». Существующие ассоциации в основном нейтральные и положительные. Отрицательные ассоциации связаны с символом, изображенным на логотипе, а также с его слабой запоминаемостью;
- логотип университета, по мнению респондентов, должен ассоциироваться с направлениями подготовки специалистов и технологией, со знаниями и инновациями, привлекать студентов, отражать престиж вуза и быть запоминающимся;
- в логотипе университета, по мнению большинства респондентов, должен присутствовать синий цвет, изображены абстрактные фигуры или здание. Он должен быть выполнен в строгом, гербовом или 3D (объемном) стиле.

УДК 658.8:67/68 (476)

ЭКСПОРТ КАК ФАКТОР ОЦЕНКИ И ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Рудницкий Д.Б., ст. преп.

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Реферат. В статье рассмотрены основные методологические подходы к оценке конкурентоспособности национальной экономики страны. Предметом исследования является экспортная деятельность предприятий и организаций Республики Беларусь. Цель научной статьи – анализ экспортной деятельности предприятий и организаций Республики Беларусь и разработка практических рекомендаций по совершенствованию их экспортной стратегии на основе инновационных маркетинговых технологий.

Ключевые слова: экспорт, глобализация, конкуренция, конкурентоспособность, инновации, внешнеэкономическая деятельность, стратегия, национальная экономика, экономический рост.

В условиях глобализации мировой экономики возрастают объемы международной торговли, что приводит к усилению международной конкуренции. Для любой страны в этих условиях важно наращивать объемы экспорта. Это объясняется следующими факторами:

- 1) экспорт способствует росту ВВП страны и позволяет организациям создавать новые высокопроизводительные рабочие места, стимулируя занятость населения;
- 2) рост экспорта позволяет укрепить положение национальной валюты и способствует сбалансированному торговому балансу в государстве;
- 3) экспорт позволяет активизировать инвестиционный спрос и увеличить заказы в смежных отраслях;
- 4) экспортный сектор, чтобы конкурировать на внешних рынках, должен развивать и распространять инновационные технологии, заимствовать передовые научные разработки за рубежом.

Таким образом, экспорт товаров, работ и услуг оказывает влияние на конкурентоспособность национальной экономики. Это утверждение находит свое методологическое подтверждение в расчете показателя конкурентоспособности экономики страны.

В современной экономической литературе существует несколько подходов к оценке конкурентоспособности национальной экономики: 1) концепция Майкла Портера; 2) методология измерения конкурентоспособности Организации Экономического