

лизации отдельных товаров на мировом рынке, рентабельности производства этих товаров в целом, политических и других факторах.

В настоящее время широко известны следующие классические теории международной торговли: теория абсолютных преимуществ А. Смита; теория сравнительных преимуществ Рикардо; теория соотношения факторов производства Хекшера—Олина; теорема выравнивания цен на факторы производства (теорема Хекшера—Олина—Самуэльсона), парадокс Леонтьева. Наряду с ними также используются стандартная модель международной торговли и альтернативные теории (теория жизненного цикла продукта; теория эффекта масштаба; модель технологического разрыва; теория специфических факторов производства; теория Майкла Портера (теория конкурентных преимуществ); теорема Рыбчинского).

В последнее время все чаще звучит критика в адрес математических методов управления и прогнозирования в экономике, которые не всегда точно предсказывают те или иные экономические явления, как, например, развивающийся мировой экономический кризис.

Однако очевидно, что постоянно усложняющаяся экономическая жизнь диктует необходимость, а кризис даст толчок развитию, совершенствованию и правильному использованию математических методов в экономике. Поскольку белорусская экономика является экспорт ориентированной, то внешняя торговля является важнейшим фактором ее устойчивости. В современных условиях расширения экономических отношений с зарубежными странами, включения Беларуси в разнообразные мировые хозяйствственные связи становится особенно актуальным грамотное использование вышеупомянутых моделей и теорий для разработки оптимальной модели внешней торговли страны с учетом наших национальных приоритетов и мировых экономических тенденций. В работе показано на примере реальных данных за 2008 г. по торговле Беларуси с Россией, Нидерландами, Украиной, Польшей и Германией, как, используя методику линейной модели обмена, можно сделать выводы о том, насколько торговля между конкретными странами является оптимальной и какими должны быть национальные доходы этих стран для обеспечения бездефицитной торговли.

**Н.Г. Макейчик,
А.П. Желток
БГЭУ (Минск)**

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ В INTERNET-СООБЩЕСТВЕ

В настоящее время любая успешная рекламная кампания включает в себя создание сайта. Internet-сайт — это лицо компании, представление имиджа в сети Internet. Имидж страны не отличается от имиджа человека или фирмы, его можно менять. Чаще всего в этом случае ре-

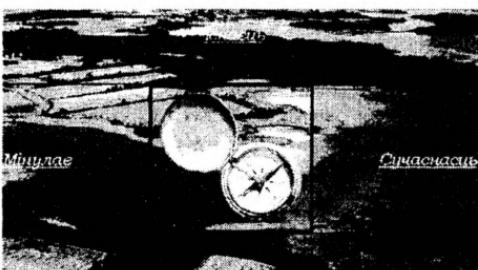
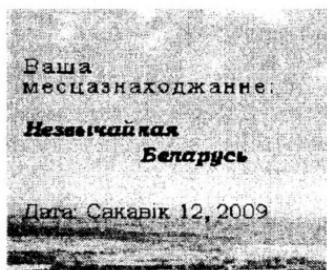
шаются две задачи: 1) позиционирование страны в качестве направления для туризма и путешествий; 2) повышение инвестиционной привлекательности. Многие страны занимаются пиаром по несколько лет и добиваются больших успехов в продвижении своего положительного и узнаваемого образа. Это может быть и реклама страны в виде роликов на телевидении, но очень качественных; брошюр, выставок, конференций, наружной рекламы, в газетах, даже значок «Сделано в ...» -- составляющая имиджа.

Для инвесторов следует организовывать участие в конференциях, инвестиционных форумах, поездки в Беларусь, мероприятия с первыми лицами страны. Для туризма нужен общий имидж: плакаты в метро, ролики, наружная реклама, участие в туристических выставках, работа с туроператорами, упрощение въезда в страну и др.

Программы, связанные с изменением имиджа страны, требуют 100 % -ной увлеченности и поддержки от политических лидеров на самом высоком уровне, а также, на наш взгляд, привлечения к формированию имиджа страны и народной дипломатии, молодежи.

Здесь легко продвигаться новым идеям, создавать новое. Можно формировать отдельные программы для культурного обмена, туризма, инвестиций, расширения знаний о стране и народе, спорте и т.д.

В связи с широким использованием сети Internet в качестве коммуникационного и информационного средства перспективным является разработка сайтов различного направления для формирования привлекательного имиджа республики в Internet-сообществе. Нами предлагается проект структуры подобного сайта. Дизайн и основные элементы его представлены на рисунке.



Элементы дизайна сайта

Предполагается реализовать сайт на трех языках: белорусском (реализуется в настоящее время), русском и английском, и соединить в нем различные аспекты жизни страны и народа в прошлом, настоящем и будущем. В структуру сайта включены популярные элементы, такие как анкетирование, электронная почта; прайс-листы, отзывы посетителей, описания маршрутов, фотоальбомы, статистические данные и др.

В настоящее время поставлена задача привлечения туристов как отечественных, так и зарубежных к путешествиям по территории республики. В этих целях должно быть расширено представление наиболее интересных с исторической точки зрения мест, которыми богата Беларусь.

Добавление разнообразных динамических разделов позволяет повысить информативность сайта, и, как следствие, популярность ресурса.

Для создания сайта можно использовать различные инструментальные средства: HTML — стандартный язык разметки документов, его расширения, Microsoft FrontPage, Macromedia Dreamweaver, средства web-программирования PHP и MySQL, JavaScript, XML/XSL, Java, Flash, Perl и др., каждое из которых решает одну или комплекс задач.

В настоящее время web-программирование позволяет создавать уникальные, удобные и функциональные сайты, реализовывать любые проекты, значительно разнообразить сайт, автоматизировать и облегчить работу с Internet-порталом.

Е.В. Мартинович
БГЭУ (Минск)

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОЦЕНОК ПО МАТЕМАТИКЕ В СРЕДНЕЙ И ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ (на примере образовательного процесса в БГЭУ в 2007 г.)

Одной из важных задач в области образования в Республике Беларусь является совершенствование системы аттестации и контроля знаний учащихся в целях обеспечения гарантий равных прав граждан при поступлении в высшие и средние специальные учебные заведения, а также для поддержки качества обучения в университетской школе и признания дипломов на международном уровне.

В настоящей работе выполнен сравнительный анализ распределений оценок по математике за курс средней школы, на централизованном тестировании и на экзамене по высшей математике в БГЭУ в 2008 г. Данные об оценках были собраны среди студентов факультета экономики и управления торговлей (ФЭУТ) и студентов высшей школы туризма (ВШТ), всего 208 человек. Статистическая обработка данных проводилась в компьютерной среде MATHCAD.

Определены основные математические характеристики эмпирических распределений: средние значения и дисперсии. Сформулированы и исследованы гипотезы о характере трех представленных распределений. Рассчитаны коэффициенты корреляции и построены уравнения регрессии для всех видов оценок.

Результаты позволяют сделать объективный вывод о существенном различии базовых критериев оценивания знаний по математике, а также предложить неравномерные интервалы соответствия между школьными оценками, прогнозируемыми оценками в вузе и баллами централизованного тестирования.