

ских банков, так как позволит привлечь более длинные ресурсы и снижать риски за счет их распределения между инвесторами. В этой связи требуется не только принятие законодательного акта, регулирующего основные принципы и понятийный аппарат секьюритизации, но и внесение изменений в ряд иных нормативных правовых актов, регулирующих отношения, возникающие при проведении операций с инструментами секьюритизации, и устанавливающих права, обязанности и ответственность субъектов данных правоотношений.

<http://edoc.bseu.by>

М.В. Воробьёва, О.А. Авраменко
Научный руководитель *Е.Г. Тёсова*
Филиал БГЭУ (Бобруйск)

ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КАК КАНАЛ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИМИДЖА

В условиях рыночной экономики важная роль в реализации концепции деловой и рыночной активности современной организации отводится формированию и поддержанию ее имиджа – образа организации в представлении различных групп общественности. Фирменный стиль как единый художественно-графический подход к оформлению совокупности материальных объектов организации связан с имиджем товаров (услуг), внутрикорпоративным имиджем и имиджем потребителей.

В процессе исследования, объектом которого являлся Бобруйский филиал УО БГЭУ, решалась задача обоснования необходимости разработки некоторых элементов фирменного стиля для позиционирования данного учебного заведения на рынке образовательных услуг.

Вопросы разработки фирменного стиля Бобруйского филиала УО БГЭУ как канала конструирования имиджа опирались на результаты SWOT-анализа и SNW-анализа: к потенциальным внешним возможностям учебного заведения относятся возможность привлечения дополнительных групп клиентов и выход на новые сегменты рынка; расширение сферы оказываемых услуг (повышение квалификации); трансформация образовательных услуг в механизм развития социума, а региона – в обучающийся регион. К потенциальным внешним угрозам относятся слабая сформированность отношения в обществе к знанию как новой информационно-знаниевой инфраструктуре и деятельность конкурентов, готовящих студентов-экономистов и повышающих квалификацию работников промышленных организаций.

По результатам опросов преподавателей и студентов (100 респондентов) разработаны рекомендации по совершенствованию дизайнерских фирменных констант, влияющих на конструирование имиджа УО БФ БГЭУ с учетом таких элементов фирменного стиля, как логотип, фирменные цвета, и маркетинговой креативной коммуникационной константы – слогана.

Логотип – основной элемент фирменного стиля. Это первое, что воспринимает покупатель или потенциальный партнер и благодаря чему у них формируется первое впечатление о фирме и ее услугах. Логотипом БФ УО БГЭУ может являться аббревиатура организации с размещением очертаний квадратной академической шапки на одной из букв логотипа. Для оформления логотипа целесообразнее выбрать шрифт *Gabriola*, основное достоинство которого в том, что он легко читается, воспринимается и запоминается.

Фирменные цвета оказывают определенное эмоциональное воздействие на клиентов. При выборе фирменных цветов УО БФ БГЭУ учитывалось направление деятельности организации и их психологическое воздействие на потребителей образовательных услуг: красный цвет (активный, стимулирует мозг, показывает деятельный настрой) и черный (придает ощущение стабильности, торжественности и надежности).

Слоган – это словесная формула, своего рода знак продвижения услуги, поэтому он является не менее важным элементом фирменного стиля. По результатам опроса респондентов выбран слоган: «БФ БГЭУ – уверенный шаг в будущее». Данный слоган позволяет позиционировать имидж учебного заведения на рынке образовательных услуг с позиции надежности, качества, стабильности и инноваций.

Предложенные константы можно использовать для оформления корпоративной документации, рекламной и сувенирной продукции и оформления веб-сайта, что позволит сконструировать не только визуальное представление о Бобруйском филиале УО БГЭУ, но и его имидж.

<http://edoc.bseu.by>

О.А. Евдосеева
Научный руководитель *Г.М. Бабынина*
Филиал БГЭУ (Бобруйск)

УЧЕТ ЗАТРАТ И АУДИТ БЮДЖЕТА ПРОИЗВОДСТВА (НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «БЕЛШИНА»)

Устойчивость положения ОАО «Белшина» в жесткой конкурентной борьбе на мировых рынках зависит от новизны и совершенства выпускаемой продукции и технологии ее производства, его финансовой стабильности, которая достигается путем повышения эффективности производства на основе экономного использования всех видов ресурсов в целях снижения затрат, повышения долгосрочной и краткосрочной эффективности производства. Планирование бюджетов, контроль их выполнения, жесткий режим экономии гарантировали успешную деятельность общества в докризисный период. В процессе бюджетирования весь комплекс мероприятий определяет бюджет продаж. Целью составления бюджета продаж явилось восстановление деловой активности общества, способность менеджеров создать эффективную систему маркетинга, построение действенных каналов сбыта, приобретение конкурентных преимуществ. На