

ЛИТЕРАТУРА

1. Бобкова О. В., Давыдов С.А., Ковалева И.А., Плагиат как гражданское правонарушение // Патенты и лицензии. – 2016. – № 7. – С. 31-37.
2. Плагиат или заимствование? // Rewizor. – URL: <https://rewizor.ru/literature/poems/plagiat-ili-zaimstvovanie-originalnost-v-literature/> (дата обращения: 23.03.2025).
3. Что такое плагиат: когда начинается и чем грозит // n'RIS. – URL: <https://nrir.ru/blog/chto-takoe-plagiat-kogda-nachinaetsya-i-chem-grozit/> (дата обращения: 23.03.2025).

УДК 34.096

РОЛЬ ЛОГОТИПОВ В ФОРМИРОВАНИИ УЗНАВАЕМОСТИ И ДОВЕРИЯ К БРЕНДУ

*Е. И. Лобандиевская, студентка группы 10504223 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. техн. наук, доц. О. В. Дьяченко*

Резюме – в современном мире, где все компании конкурируют между собой, крайне важно формировать доверие потребителей. Одним из ключевых элементов, способствующих этому процессу, является логотип – визуальный символ, который представляет бренд, его ценности и цель. Логотипы применяются для визуального привлечения внимания, укрепляют идентичность бренда, и могут оказывать значительное влияние на его восприятие, вызывая у покупателей и потребителей ассоциации, мнения и эмоции.

Resume – in today's world, where all companies compete with each other, it is extremely important to form consumer confidence. One of the key elements that contribute to this process is the logo – a visual symbol that represents the brand, its values and purpose. Logos are used to visually attract attention, strengthen the identity of the brand, and can have a significant impact on its perception, causing associations, opinions and emotions among buyers and consumers.

Введение. Логотип – это не просто графическое изображение, а мощный инструмент коммуникации, который может передавать ключевые сообщения о компании, включая ее миссию, ценности и уникальные предложения. Хорошо разработанный логотип создает позитивное первое впечатление, демонстрируя профессионализм и надежность.

Основная часть. Самую важную и основную роль в восприятии логотипа играет шрифт. Шрифт помогает формировать уникальный стиль и образ компании. Он может отражать ее характер – от классического и элегантного до современного и креативного, ввиду этого крупнейшие компании мира всегда уделяют огромное внимание выбору шрифта. Из шести основных видов классификации шрифтов (с засечками, без засечек, брусковые, рукописные, леттеринг, акцидентные) самым неформальным и простым

к восприятию является леттеринг. Надпись представляет собой художественную форму, где все буквы не написаны, а нарисованы [1]. Этот шрифт самый доступный для применения, так как для использования некоторых других необходимо получать отдельную лицензию из-за авторских прав. Хорошим примером использования леттеринга может послужить корпорации Coca-Cola, ведь помимо основного логотипа, большинство принадлежащих ей компаний, например, Sprite, также имеют логотип в стиле леттеринг. Они сразу же бросаются в глаза и узнаются на полках магазина (рис. 1).



Рисунок 1 – Шрифт леттеринг

Помимо шрифта, необходимо подбирать правильную цветовую палитру, ведь разные цвета вызывают различные чувства. Яркие цвета могут привлечь внимание, тогда как пастельные оттенки создают ощущение мягкости и уюта. Правильно подобранная цветовая палитра делает логотип более запоминающимся. Четкое сочетание цветов может выделять бренд среди конкурентов. Самым часто используемым является красный цвет (рис. 2). Ведь он больше всего привлекает внимание и олицетворяет силу, важность и величие [2].



Рисунок 2 – Применение красного цвета в логотипе

Однако, стоит отметить, что в последнее время современные тенденции стремятся к минимализму. Компании стараются использовать минимум палитры и слов в изображении логотипа, но сполна отобразить их задачу. Во-первых, такие логотипы выглядят более привлекательно на дисплеях гаджетов, а во-вторых, меньшее количество пиксельных элементов означает быструю загрузку и хорошее качество как в малых, так и больших размерах изображения. В эпоху развития информационных технологий, эти аспекты стали неотъемлемой частью в формировании логотипа, и данная стратегия в скором времени перейдет на передний план.

Заключение. Логотипы играют важную роль в формировании доверия к бренду. Они выступают не только как средство для узнаваемости, но и как механизм, который может вызывать у покупателей положительные эмоции и внушать уверенность в качестве предоставляемых товаров и услуг. Стратегический и изобретательный подход к созданию логотипа и его последующей конкурентоспособности поможет брендам эффективно конструировать и поддерживать доверие среди потребителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Как выбрать правильный шрифт для вашего бренда? // The voice. – URL: <https://vc.ru/design/125236-kak-vybrat-pravilnyi-shrift-dlya-vashego-brenda> (дата обращения: 23.11.2024).
2. Цвет логотипа: как выбрать, психология, цветов // Turbologo. – URL: <https://turbologo.ru/blog/podbor-cveta-logo/> (дата обращения: 25.11.2024).

УДК 338.36

НАПРАВЛЕНИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕВООРУЖЕНИЯ ОСНОВНОГО ПРОИЗВОДСТВА ОАО «БОБРУЙСКАГРОМАШ»

*А. Ю. Николаев, студент группы 60505123 ФММП БНТУ,
научный руководитель – докт. экон. наук, проф. С. С. Полоник*

Резюме – открытое акционерное общество «Управляющая компания холдинга «Бобруйскагромаш» стоит в одном ряду с мировыми производителями сельскохозяйственной техники, но в связи с большим процентом технологически устаревшего оборудования, для поддержания конкурентоспособности, необходима замена и модернизация технологического оборудования.

Resume – bobruiskagromash Holding Management Company is on a par with global manufacturers of agricultural machinery, but due to the large percentage of technologically obsolete equipment, replacement and modernization of technological equipment is necessary to maintain competitiveness.

Введение. ОАО «Управляющая компания холдинга «Бобруйскагромаш» – предприятие, занимающееся изготовлением сельскохозяйственной техники, с полным циклом производства, начиная от получения заготовки в заготовительно-прессовом цехе до окончательной сборки готового продукта. Предприятие осуществляет выпуск широкой линейки сельскохозяйственных машин, навесных и прицепных, помогающих аграрному сектору, а также занимается выпуском техники для коммунальных служб и лесного хозяйства.

Основная часть. На балансе предприятия насчитывается свыше полутора тысячи единиц оборудования различных групп, в том числе:

- металлорежущее оборудование свыше 700 ед. или 48,4 %;
- кузнечнопрессовое оборудование свыше 160 ед. или 9,7 %;