МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВПО «АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И. И.ПОЛЗУНОВА»

ИНСТИТУТ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

МОЛОДЕЖЬ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ: ВОПРОСЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Материалы межвузовской научно - практической студенческой конференции
25 апреля 2013 г.

Барнаул 2013

ББК 72.5
Научный редактор:
Макушева Г.Н. – к.э.н., профессор
Редакционная коллегия:
Дербан Г.В. – к.ф.н., профессор
Заостровский А.А. – к.т.н., доцент
Двинянинова Н.О. – диспетчер ИЭФ

Молодежь в науке и образовании: вопросы и перспективы развития. Межвузовская научно - практическая студенческая конференция (25 апреля 2013 г.): сборник статей/ Г.Н. Макушева.–Барнаул, 2013. – 80с.

В сборнике представлены статьи студентов и преподавателей, в которых рассмотрены актуальные вопросы текстильной и легкой промышленности, экономики, образования и жизни студентов.

Сборник предназначен студентам, аспирантам и преподавателям вузов.

© Институт текстильной и легкой промышленности
ФГБОУ ВПО Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова, 2013 г.

ИДЕНТИФИКЦИЯ ШЕРСТЯНЫХ И СМЕСОВЫХ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Д.Е. Новикова, **О.С. Старухина** – студенты, **Л.М. Ким** – к.х.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

В настоящее время очень важной задачей при выборе товара стоит вопрос об его качестве. Для решения этой задачи используются методы идентификации. Идентификацией называется отождествление, установление совпадения требований к какому-либо показателю качества с реальным качеством. Применительно к товару под идентификацией следует понимать установление соответствия наименования товара, указанного на маркировке или в сопроводительных документах, предъявляемым к нему требованиям. Идентификация важна не только представителям торговли, но и обычным потребителям. Из-за того, что большое количество потребителей, не обращая внимания на ярлыки, маркировку и состав товара, зачастую приобретают некачественный товар или не то, что бы им хотелось. Это является следствием недостаточности познаний в данной сфере.

Большинство из нас считают изделия качественными, если они на 100 процентов имеют натуральный состав волокон, не догадываясь о том, какие свойства несут добавки из синтетических волокон. Но не многие знают, что изготовитель не всегда считает необходимым оповестить покупателей о присутствии в изделии примесей из искусственных волокон и как узнать о присутствии этих примесей.

На примере изделий из шерсти можно увидеть, как меняется качество товара при добавлении в его состав химических волокон.

Натуральные шерстяные волокна получают из шести верблюдов, лам, коз, ягнят, овец и кроликов.

Шерстяное волокно имеет высокую упругость, а, следовательно, малую сминаемость. Шерсть относительно других натуральных волокон не очень прочное, удлинение при разрыве высокое. В мокром состоянии волокна на 30 % теряют прочность.

Некоторые свойства шерсти уникальны. Ей присуща высокая свойлачиваемость, что объясняется наличием на поверхности волокна чешуйчатого слоя. Это свойство учитывается при отделке (валке) суконных тканей, фетра, войлока, одеял, при производстве валяной обуви.

Шерсть обладает низкой теплопроводностью, поэтому ткани отличаются высокими теплозащитными свойствами. По гигроскопичности шерсть превосходит все волокна. Она медленно впитывает и испаряет влагу и поэтому не охлаждается, оставаясь на ощупь сухой. Щелочи на шерсть действуют разрушающе, к кислотам она устойчива. Недостатком шерсти является малая термостойкость - при температуре 100—110°С волокна становятся ломкими и жесткими, снижается их прочность.

Значительная часть шерстяных волокон используется для выпуска смесовых текстильных изделий. В качестве других добавляемых компонентов применяются: акрил, полиэстер, вискоза, полиамидное волокно, штапельное волокно.

Акрил (нитрон). По своим механическим свойствам он очень близок к шерсти, и в этом отношении превосходит все остальные химические волокна. Недаром покупатели часто называют шерстоподобную пряжу - "искусственной шерстью". Акриловые волокна и нити глубоко и прочно прокрашиваются, обеспечивая получение великолепного чистого цвета: снежно - белого, глубоко черного "под бархат", яркие всех цветов радуги и огромную палитру нежных тонов и полутонов модной гаммы цветов. Изделия из качественного акрила практически не "сваливаются", имеют малую усадку, удобны в носке: легкие, теплые, слабо пеленгуемые под верхней одеждой. Нитрон устойчив к действию сильных кислот средней концентрации даже при нагревании, а также к щелочам средней концентрации. Растворители, применяемые для стирки и чистки одежды (бензин, ацетон, четырёххлористый углерод, дихлорэтан и др.), не влияют на прочность волокна; фенол, м-крезол и формалин разрушают волокно. Процент содержания акрила в вязальной пряже может колебаться от 100 % - чисто акриловые до 5 % - в многокомпонентных нитях. Особым успехом у покупателей пользуются смески: "акрил - мохер" и "акрил - шерсть" в самых различных вариантах процентного содержания того и другого компонента. Акриловая пряжа прекрасно вяжется на вязальных машинах, как бытовых, так и промышленных [1].

Полиэстер (лавсан) -полиэфирное волокно, самое разнообразное из всех синтетических волокон. Полиэстер очень прочен, хорошо закрепляет форму при нагревании, благодаря чему у юбок из полиэфирной ткани хорошо держатся складки и плиссе. Сохраняет форму мало мнется, устойчив к действию света, не поражается молью и микроорганизмами, мягок и гибок, мало гигроскопичен.

Вискоза - самое натуральное из всех химических волокон. Она впитывает влагу лучше, чем хлопок, но она менее прочна во влажном состоянии и не такая ноская.

Полиамидное волокно (капрон, нейлон) обладает самой высокой прочностью из всех синтетических волокон на разрыв и истирание [2].

Штапельное акриловое волокно имеет внешний вид натуральной шерсти, но превосходит ее по теплоизоляционным свойствам. Оно обладает рядом ценных свойств, характеризующих его как одно из наиболее ценных синтетических волокон [3].

Проведение качественной идентификации - очень сложный, емкий, длительный и зачастую дорогостоящий процесс. Но нельзя не сказать о существовании более простых и доступных каждому методов без лишних усилий и дорогостоящих приборов.

Органолептические методы - методы определения значений показателей качества с помощью органов чувств.

Для них характерны сложные физиолого-психологические основы, что предопределяет субъективизм этих методов. Для снижения субъективизма и

повышения достоверности результатов необходимо знать и учитывать эти основы, а также достоинства и недостатки этих методов.

К достоинствам относятся доступность и быстрота определения значений показателей качества, а также отсутствие дорогостоящего оборудования при измерениях. Большинство людей обладают достаточными сенсорными (чувствительными) возможностями для проведения органолептической оценки внешнего вида, вкуса, запаха и консистенции.

С возрастом органолептические ощущения притупляются у большинства людей. Так, в группах торговых работников в возрасте 35-50 лет правильное ощущение вкуса было только у 25 % человек, около 40 % путали соленый и кислый вкусы; в группах 20-30-летних правильно воспринимали вкус почти 50 % обследованных, а 20 % путали вкусы.

Для упрощенной органолептической оценки на потребительском уровне не требуется умения различать всю гамму многочисленных оттенков цвета, вкуса, запаха. При экспертной оценке, когда даже незначительные различия в значениях органолептических показателей качества имеют существенное значение, эксперты должны знать свои сенсорные возможности и уметь их применять. В органолептической оценке участвуют все пять органов чувств человека. В зависимости от используемых органов чувств и определяемых показателей качества органолептические методы подразделяется на пять подгрупп: визуальный, осязательный, обонятельный, вкусовой и аудиометод.

Измерительный (лабораторный, инструментальный) метод определения численных значений показателей качества основан на информации, получаемой при использовании технических средств измерений (измерительных приборов, реактивов и др.).

Использование технических средств осуществляется в соответствии с методикой проведения измерений и предполагает использование приборов и реактивов.

Измерительным методом определяется большинство показателей качества, например, масса изделия, форма и размеры. Основными достоинствами этого метода являются его объективность и точность. Этот метод позволяет получать легко воспроизводимые числовые значения показателей качества, которые выражаются в конкретных единицах.

К недостаткам метода следует отнести сложность и длительность некоторых измерений, необходимость специальной подготовки персонала, приобретение сложного, часто дорогостоящего оборудования, а в ряде случаев и необходимость разрушения образцов [4].

Натуральные волокна часто можно определить по внешнему виду и на ощупь. Распознать химические волокна труднее. Наиболее простой способ определения волокон - проба на горение. Различные ткани, ткани натурального волокна, искусственные волокна, смесь натуральных и искусственных волокон, по-разному горят, оставляют после сгорания различные отходы, имеют разный запах. Сравнение результатов при использовании методов горения представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Идентификация волокнистого состава ткани пробой на сжигание [5]

Наименование волокна	Особенности горения	Запах	Остаток
Хлопок, лен, вискоза и др., растительные волокна	Горят быстро, при вынесении из пламени продолжают гореть, в скрученном состоянии тлеют	Жженой бумаги	Легкий серый пепел
Шерсть и шелк	Горят медленно, при вынесении из пламени гаснут	Жженого рога, волоса, перьев	Твердый темный шарик, легко растирающийся между пальцами
Ацетатное	Аналогичны хлопку	Жженой бумаги с резким кислым (уксусным) запахом	Небольшой шарик, частично расширяющийся между пальцами
Полимерные, кроме полиакрилов	Горят с плавлением, при большом количестве волокон наблюдается падение капель расплавленного полимера	Запах специфический	Твердый остаток не растирается между пальцами

Таблица 2 - Идентификация волокнистого состава ткани пробой на сжигание (продолжение таблицы 1)

Наименование волокна	Особенности горения	Запах	Остаток
Смешанные	Горят интенсивно, при вынесении из пламени продолжают гореть	Запах, характерный для преобладающих волокон	Твердый остаток

В продаже постоянно появляются новые материалы. Распознать волокнистый состав этих материалов можно по цветной нити кромки. Голубая нить означает содержание волокон шерсти; красная – полиэфирных непрерывных, срезанных, текстурированных; зеленая – полиакрило-нитрильных; светло-серая – полиамидных срезанных, беспрерывных и текстурированных; желтая – целлюлозных [6].

Проблема проведения экспертизы подлинности текстильных товаров очень актуальна. Количество подделок и некачественных товаров на рынке в настоящее время очень велико. Нужно быть предельно внимательным при выборе шерстяных товаров: прилавки заполнены дешевой продукцией, порой вредной для здоровья. Но нельзя не сказать о том, что изделия из шерсти, в состав которых входят синтетические волокна, не являются некачественными, а наоборот, примеси улучшают их положительные свойства. Многие показатели качества искусственных волокон не уступают натуральной шерсти, а смески позволяют сделать изделия более долговечными, уменьшить сминаемость, пиллингуемость и многие другие свойства.

Очень важным моментом при эксплуатации изделия является уход за ним. На каждом изделии имеется инструкция по уходу, которую необходимо соблюдать во избежание несчастных случаев с материалом. Но, к сожалению, не все потребители пользуются такими инструкциями, что приводит к порче изделий. Существует большое количество рубрик и специальных передач, посвященных экспертизе и уходу за различными изделиями, но этого недостаточно. Большинство потребителей по-прежнему неграмотны в этой области.

В настоящее время просто необходимо обладать набором знаний в области определения качества и состава представленных нашему вниманию товаров во благо своему здоровью, удобству и во избежание траты времени и нервов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. http://www.tex-group.ru/pages/283
2. http://www.narodko.ru/article/tkach/prya/nitron_.htm
3. http://slovari.yandex.ru/
4. http://xreferat.ru/95/11-1-metody-ocenki-kachestva-tovara.html
5. Источник:http://www.znaytovar.ru/s/Identifikaciya_i_falsifikaciya.html
6. http://kis.netrum.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1262&temid=31

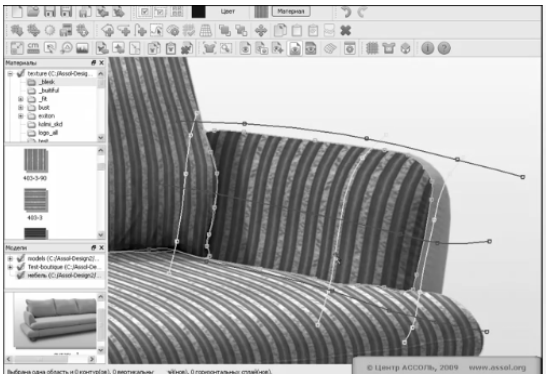
ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ «АССОЛЬ» ДЛЯ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ

А.В. Ачимова – студентка, **Н.В. Тумбаева** – к.п.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Команда Центра АССОЛЬ – это творческий союз профессионалов – разработчиков и специалистов отрасли: конструкторов и дизайнеров.

Центр АССОЛЬ занимается разработкой и продвижением программного обеспечения под брендом АССОЛЬ для предприятий легкой и мебельной промышленности.

С 1999года. Восемь из 18 разработанных программных продуктов совместимы с AutoCAD.



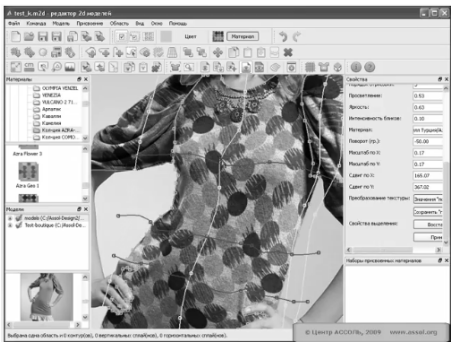


Рисунок 1 – Программное обеспечение АССОЛЬ для мягкой мебели и одежды

Центр награжден золотыми медалями ВДНХ, медалями Международного салона инноваций и инвестиций.

Дипломами Министерства Науки и Технологии за большой вклад в формирование национального рынка промышленных товаров и пр. Одна из разработок номинирована, а в 2004 г. наилучший научно-технический результат в Московском областном конкурсе «Лауреат года» Золотой Феникс. Зарегистрировано два патента.

В 1999 году получен статус авторизованного разработчика Autodesk. В 2007 году, успешно пройдя международную сертификацию и подписав лицензионное соглашение с Autodesk, Центр АССОЛЬ стал официальным партнером компании Autodesk в области САПР для легкой и мебельной промышленности на российском и международном рынке. Получен статус Autodesk ISV Buildpartner.

Это означает, что программные продукты АССОЛЬ отвечают международным стандартам, и программное обеспечение САПР мирового уровня теперь доступно каждому отраслевому предприятию и учебному заведению на территории России и стран СНГ.

На 2011год более 400 промышленных компаний в 115 городах России и СНГ использовали технологии АССОЛЬ (программа конструктор одежды). 25 высших и средних учебных заведений преподавали конструирование одежды на компьютере в АССОЛЬ.

Разработчики АССОЛЬ не стали разрабатывать свой графический редактор, а остановили выбор на Auto CAD,что изначально обеспечило САПР АССОЛЬ очевидное конкурентное преимущество. Благодаря Auto CAD, в конце 90-х удалось впервые реализовать передовые на то время методики конструирования и конструктивного моделирования. Позднее, по примеру АССОЛЬ, разработчики других САПР одежды стали включать в свои системы

базы данных размерных признаков и модули построения базовых основ на типовые и индивидуальные фигуры. А многие автоматические команды – такие, как построения рукавов и воротников разных типов – до сих пор не реализованы в других САПР одежды.

Благодаря тому, что графический редактор Auto CAD постоянно совершенствуется, разработчики САПР АССОЛЬ смогли сосредоточиться на совершенствовании интеллектуальных средств конструирования одежды, развивая САПР АССОЛЬ с учетом новых возможностей Auto CAD.

Основу любой САПР одежды составляет графический редактор. От того, насколько надежно и быстро он работает, насколько богат функциональными возможностями, зависит уровень и качество выполненных на его основе специализированных САПР: швейных САПР, кожгалантерейных САПР, мебельных САПР, обувных САПР и пр.

САПР АССОЛЬ для одежды представляет собой модульную САПР для 2D-проектирования лекало одежды, реализует все известные подходы к проектированию на плоскости. Имеет три уровня модуля конструирования, в том числе, параметрический, с сохранением взаимосвязи лекал и автоматической градацией.

САПР для мягкой мебели и кожгалантереи: модульная САПР для 2D\3D-проектирования моделей с автоматической разверткой лекал на плоскость.

САПР для обуви автоматизирует весь процесс подготовки конструкторско-технологической документации для моделей любых конструкций, в десятки раз сокращает время подготовки модели к производству.

Активно развивается новое направление 3D-проектирования одежды, которое не имеет аналогов в мире. АССОЛЬ 3D ПАРАМЕТРИКА – параметрическое построение 3D-моделейодеждынасканированныхфигурах – является аналогом «макетного» метода. По сравнению с традиционным проектированием на плоскости, АССОЛЬ 3D ПАРАМЕТРИКА позволяет в десятки раз сократить сроки разработки моделей одежды и избежать примерок.

Модульный программный комплекс АССОЛЬ использует ряд технологий, которые существенно сокращают денежные затраты на оборудование: ФОТОДИГИТАЙЗЕР, OPTi PACK, АССОЛЬ-ДИЗАЙН.

Технология ФОТОДИГИТАЙЗЕР – быстрый и точный способ ввода лекал и чертежей в компьютер с цифрового фотоаппарата. Автоматически устраняются все искажения и векторизуются контуры лекал. Разработанная технология заменяет дигитайзер, гарантирует высокое качество, мобильность и комфортные условия ввода лекал. Новая версия продукта имеет встроенный векторный редактор, совместима с Auto CAD и может интегрироваться с другими САПР.

Авторасклaдка PTi PACK предназначена для выполнения автоматической раскладки лекал на ткани с учетом технологических ограничений. Полностью заменяет опытного специалиста при создании раскройных карт. Результат адаптирован для автоматизированного и ручного раскроя. Продукт совместим с Auto CAD и может интегрироваться с другими САПР.

Программный комплекс АССОЛЬ-ДИЗАЙН предназначен для продажи и рекламы товаров в магазинах и сети Интернет. Технология позволяет создавать новые колористические решения моделей любого ассортимента без изготовления образцов. Многократно снижает затраты на рекламу продукции и за счет технологии виртуального «переодевания» товаров в другие материалы по фотографии (рисунок 1). В системе АССОЛЬ выделены три модуля конструирования, учитывающие сложившуюся на предприятии специфику производства, количество и частоту выпуска новых моделей, степень их сложности, уровень подготовки конструкторов, инновационную составляющую предприятия: ДОСТУПНАЯ ПАРАМЕТРИКА, БАЗОВОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ, РАСШИРЕННОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ.

Приобретая и осваивая более простой и недорогой модуль, можно в дальнейшем с минимальными финансовыми затратами установить более сложный.

Для оснащения современного рабочего места конструктора оптимален модуль ДОСТУПНАЯ ПАРАМЕТРИКА, который подходит и для массового производства и для индивидуального проектирования изделий любой сложности. Он обеспечивает визуальное параметрическое конструирование с автоматической градацией, т.е. построение сложной модели «с нуля» с автоматической записью последовательности построений.

В отличие от моделей РАСШИРЕННОГО и БАЗОВОГО конструирования, в ДОСТУПНОЙ ПАРАМЕТРИКЕ сохраняется связь между конструкцией и лекалами. Это обеспечивает автоматическое перестроение производных лекал на любом этапе: при корректировке конструкции, при изменении параметров модели или при выборе других размеров (размножение на типовые или индивидуальные фигуры). При размножении сохраняется идеальное сопряжение срезов. Модуль позволяет удобно комбинировать визуальный и аналитический (по формулам) метод построения.

Отличия от других параметрических швейных САПР заключаются в мощной графике, современном интерфейсе и возможности внесения изменений в записанный сценарий. Модуль позволяет перевести отработанные лекала, введенные в компьютер в параметрический вид, и обеспечивает их автоматическое размножение.

Позволяет конструктору записывать собственные методики и блоки построения, из которых потом комбинируются параметрические (перестраиваемые) модели.

Возможности данного модуля:

- способы задания норм: в обычных и полярных координатах, по оси лекала и либо касательной к градируемой линии. Регулярные и нерегулярные нормы;
- градация методом группировки;
- копирование набора норм с лекала на лекало, с модели на модель;
- автоматический пересчет норм при моделировании лекал с присвоенными нормами;

– автоматический расчет норм лекал сложной нетиповой конструкции методом сборки деталей в конструкцию типового вида;
– контроль сопряженности срезов.

Модуль БАЗОВОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ подходит для предприятий со стабильным ассортиментом или в качестве первой системы на предприятии, когда у предприятия ранее не было САПР. Даже базовое конструирование АССОЛЬ по своим возможностям превосходит возможности конструирования большинства «швейных» САПР.

С помощью такого модуля предприятие может решить задачи ввода всей актуальной базы наработанных лекал, моделировать на готовой базе, выполнять градацию и задавать свойства для программы РАСКЛАДКА.

В базовой версии АССОЛЬ можно достаточно быстро строить чертежными средствами несложные модели с нуля, перевод и оформление вытачек, создание складок, коническое и параллельно-коническое разведение деталей, построение припусков на швы, оформление различных вариантов углов лекал, расстановка надсечки пр. Автоматически создается документация на модель: отчеты по площадям, периметрам, длинам срезов, габаритным размерам лекал и пр. Отчеты экспортируются в стандартный формат (Word, Excel и др.).Одной кнопкой выполняется компоновка деталей для вывода на печать или вырезающее устройство.

Базовому конструированию легко обучить даже специалиста ранее незнакомого с САПР.

Модуль РАСШИРЕННОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ предназначено для предприятий с высокой степенью сменяемости моделей и разработки сложных моделей на типовую или индивидуальную фигуру.

РАСШИРЕННОЕКОНСТРУИРОВАНИЕ содержит все средства модуля БАЗОВОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ.

Кроме этого, РАСШИРЕННОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ включает базы данных типовых фигур и параметрические базовые основы, обеспечивающие автоматическое построение базовых конструкций для мужчин, женщин и детей на типовые и индивидуальные фигуры по различным методикам конструирования. А также большой набор параметрических команд конструктивного моделирования, для быстрого (0,5–2 часа) построения лекал базового размера «с нуля».

В командах конструктивного моделирования используется уникальное сочетание автоматических расчетов, (обеспечивающих контроль сопряженности деталей) и ручного режима при оформлении всех важнейших модельных линий. Это позволяет широко применять данные команды в различных условиях и для различных моделей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. АссольСАПР–http://assol.org/

ЭКОТКАНИ. ВТОРОЕ РОЖДЕНИЕ

Д.С. Шумилова – студентка, **О.Н. Кухарева** – к.и.н., доцент,
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Благодаря современным технологиям сегодня нам доступны тысячи тканей любых оттенков и фактур. Яркость и роскошь современных материалов надолго заглушили скромное обаяние простых, экологически чистых тканей. Но в мире по-прежнему есть уголки, где умелые мастера производят ткани традиционными, проверенными веками способами, в европейских провинциях возрождают искусство домашнего прядения и ткачества. И сегодня эко-ткани переживают второе рождение. Спрос на них растёт, модные бренды включают их в свои линейки, ни один крупный fashion-показ не обходится без эко-коллекций, звёзды ведущих модных домов выходят на подиум в нарядах из конопли и бамбука.

Движение за эко-ткани началось ещё в 1950-60-х годах с кучки «одержимых» энтузиастов, которых мало кто принимал всерьёз, и продолжается до сих пор. Ещё несколько лет назад считалось страшным снобизмом купить что-то органическое. Теперь же в Европе, особенно в больших городах, это действительно стало нормой жизни.

В итоге для того, чтобы заработать, производители делают выбор в пользу органик-тканей и вносят свой вклад в сохранение экологии. В обществе происходят изменения, которые приходится учитывать. В современном промышленном производстве качество тканей сильно снизилось. В прежние времена ткани были гораздо прочнее. Высокое качество сохранялось вплоть до 30-х годов XX века, даже в промышленном производстве, не говоря уже о домотканых полотнах. Все дело было в качестве прядения и в качестве самих волокон.

Есть и другие свойства, благодаря которым качество эко-тканей можно назвать премиальным. Эко-хлопок собирают вручную, поэтому он мягче обычного и лучше пропускает воздух. Эко-шерсть сохраняет ланолин, смягчающий кожу. А ткани из крапивы и конопли даже обладают терапевтическими свойствами. Сегодня органик-ткани очень быстро распространяются в двух основных направлениях. Первое можно назвать greenwashing, или «зелёная отмывка». Многие компании, заявляющие сегодня о себе как об эко-брендах, на деле лишь улучшают некоторые звенья своего производственного процесса. Кое-кто и просто жертвует деньги некоммерческим организациям, не меняя своего продукта.

Другое направление – это когда компании начинают своё дело «с нуля» и организуют весь процесс с учётом высоких экологических стандартов. Их продукция интересует совсем другую группу людей – чувствительных к теме экологии, готовых сделать осознанный выбор, поддержать устойчивое развитие и экологичный образ жизни. Какие же эко-ткани доступны российским покупателям, как они производятся и какими свойствами обладают? Прежде

всего, все эко-ткани производятся в биоорганических хозяйствах под контролем экологов. Главное условие – никаких пестицидов, минеральных удобрений и ГМО. Благодаря этому эко-ткани имеют совершенно безопасный, гипоаллергенный состав, а их производство не наносит ущерба окружающей среде. Чтобы покупатель мог быть уверен, что все условия действительно соблюдались, производители эко-тканей проходят специальную сертификацию. «Зелёные» технологии объясняют не только более высокие цены на эко-ткани, но и их особые свойства, о которых стоит рассказать подробнее.

Экологически чистый биохлопок производится в Индии, Центральной Америке и Европе. Созревшие коробочки хлопка собирают вручную, получая, таким образом, отборное сырьё без листьев и веточек. Результат: исключительно мягкий, нежный эко-хлопок премиум-класса, который пропускает воздух на 20 % лучше обычного.

Производство биошерсти сосредоточено на небольших эко-фермах Австралии и Новой Зеландии. Поголовье овец в этих хозяйствах невелико: их вычёсывают, моют и подстригают вручную, химическая обработка исключена. Биошерсть сохраняет смягчающий воск ланолин, по составу близкий к нашей коже, прекрасно удерживает тепло, имеет лёгкий, массажный эффект, хорошо отталкивает грязь и нейтрализует запахи. При создании биошёлка бабочку шелкопряда не убивают паром, а дают ей вылететь из кокона. Благодаря этому шёлковая нить проходит все этапы формирования, однако получается короткой и прерывистой, лишённой привычного яркого блеска. Зато, биошёлк полностью свободен от токсинов, обладает бактерицидными свойствами и впитывает более 30 % влаги от собственного веса. Обладает уникальной способностью к терморегуляции: дарит прохладу и свежесть в жару, и мягкое тепло - в холодную погоду.

Конопляная ткань известна людям более десяти тысяч лет. Прочная и практичная, приятная на ощупь, сегодня она снова в центре внимания. Конопляные ткани поддерживают естественную среду и теплообмен человеческого тела, задерживают 95% вредного УФ-излучения. Чтобы сохранить лекарственные свойства и биологическую активность сырья, на всех этапах производства применяется бережная ручная обработка.

Конопляные натуральные волокна растительного происхождения прекрасно впитывает влагу, то есть пот. Более того, конопля очень крепкий вид волокон: не зря в прошлом, до открытия хлопка европейцами, из конопли делали все виды текстильных изделий, – от парусов и канатов для кораблей до нежнейшего батиста. Конопляная ткань может быть как грубой и плотной, как джинса, так и нежной и мягкой, как шелк. Благодаря дышащим свойствам, обеспеченным экологически чистым на всех этапах производством, зимой в конопляной одежде тепло, летом прохладно. Носить конопляную одежду так же приятно, как и льняную. Летом благодаря антибактериальным и противогрибковым свойствам, конопля позволяет снизить неприятные запахи. Трение конопляной одежды не производит статического электричества, что способствует комфортному ношению одежды из конопли.

Ещё один интересный пример эко-ткани – бамбуковая вискоза. Строго говоря, экологична она не на все 100 %, так как перемолотые стебли бамбука погружают в раствор гидроксида соды. Однако, в готовой ткани содержание токсичных химических веществ равно нулю. А воздействие на окружающую среду в процессе производства, по сравнению с обычными тканями, минимально. Также напомним, что гарантии безопасности и экологичности даёт соответствующая сертификация.

Бамбук – это трава. Он имеет естественную защиту против болезней и насекомых, легко растет без пестицидов. Срезанные отростки быстро вырастают. Поглощает большое количество углекислого газа.

Бамбук перерабатывается двумя способами: вискозным и традиционным. Традиционный способ похож на метод обработки льна. Волокна чешут, треплют, прядут. Ткань, спряденная и сотканная таким способом, называется «бамбуковый лен», и до недавнего времени его выработка было только ремесленной, крайне редко встречающейся и очень дорогой. В последнее время в некоторых местах волокна бамбука продавались маленькими порциями для прядения и ткачества. Волокна эти короткие. Неотбеленные, они похожи на коноплю, без блеска и шелковистости. Из волокон бамбука изготавливают ещё одну ткань без химической обработки – так называемый бамбуковый лён. Для получения нити стебель бамбука разминают, размягчают с помощью натуральных ферментов, прочёсывают. Это долгий и трудоёмкий процесс. Но его результатом становится ткань премиум-класса: эластичная, дышащая, прекрасно впитывающая влагу, дезодорирующая и антибактериальная.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. www. ecotcani.su
2. www.ecotcani.com
3. www.mariabystrova.ru
4. www.perunica.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО

Е.Ю. Табачкова – студентка, **О.В. Борисова** – к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Целью проведенного исследования были этапы организации маркетинговых исследований на предприятиях текстильной и легкой промышленности. За основу была взята легкая промышленность Алтайского края.

В ходе исследования решались задачи по решению проблем легкой промышленности в России на примере Алтайского края: спад производства, низкое качество продукции, неэффективная государственная политика, дефицит квалифицированного персонала из-за низкой заработной платы и т.д.

С начала 2000-х годов перед Россией нарастает проблема однобокой сырьевой ориентации промышленности. Для диверсификации промышленности страны и регионов, включая Алтайский край, необходимо собственное производство продукции повседневного спроса. Повысить конкурентоспособность товаров, а, следовательно, и предприятий можно путем снижения издержек, пользуясь эффектом масштаба. Практика показывает, что только крупные предприятия легкой промышленности способны решать стратегические задачи по развитию производства и непрерывному обновлению основных фондов, разработке и внедрению инновационной продукции. Если еще 6–7 лет назад 70 % продукции отрасли изготавливалось на 300–350 крупных и средних предприятиях легкой промышленности России, то уже в 2004 г. производство почти 80 % продукции было сконцентрировано на 130–150 предприятиях.

Развитию предприятий легкой промышленности может послужить использование ими стратегии вертикальной интеграции, которая предполагает формирование розничных торговых сетей для реализации собственной продукции.

При модернизации предприятий легкой промышленности важно сделать правильный выбор ассортиментного ряда продукции, учитывая спрос и предложение данного товара на рынке.

Одним из перспективных направлений развития станет изменение структуры производства текстильной промышленности, уменьшение доли хлопчатобумажной и повышение доли льняной продукции.

В перспективе должны быть решены следующие задачи:

1. Создание надежной базы отечественного натурального сырья за счет увеличения валовых сборов льна, а так же высвобождение льна из производства продукции технического назначения;

2. Замена на предприятиях хлопчатобумажной промышленности части закупаемого хлопкового волокна на льняное волокно за счет освоения новых технологий;

3. Развитие экспортного потенциала за счет поставок льна, а так же высококачественных льняных тканей и готовых изделий.

Так же, для перспективного развития отрасли необходимо повышать качество выпускаемой продукции и делать ее конкурентоспособной по сравнению с импортными товарами. Для перспективного развития легкой промышленности необходимо увеличение инвестиционной привлекательности производства. Для этого необходима соответствующая нормативно-правовая база, предпринимателю должно быть выгодно, вкладывать финансовые средства в предприятия легкой промышленности.

Со стороны государства первоочередными мерами, направленными на создание условий для развития отрасли станут:

1. Снижение ввозных таможенных пошлин на высокоэффективное технологическое оборудование для легкой промышленности, не производимое в Российской Федерации;

2. Оптимизация таможенных пошлин на сырье и материалы, используемые предприятиями легкой промышленности;

3. Включение в действующие и разрабатываемые федеральные целевые программы важнейших работ, направленных на внедрение новых технологий в легкой промышленности

4. Активизация работы по осуществлению мероприятий, способствующих улучшению сырьевой обеспеченности легкой промышленности".

В первом полугодии 2011 года объем промышленного производства в Алтайском крае вырос на 9,2 % по сравнению с аналогичным периодом 2010 года. Индекс промышленного производства в первом полугодии 2011 года вырос на 3,9 %, сообщает РБК.

Лидерами по темпам роста оказалось, в том числе, текстильное и швейное производство (индекс промышленного производства в отчетный период составил 131,9 %).

Текстильное, швейное и меховое производства выросли на 2,6 % в 2011 году. При этом текстильное производство сократилось на 3,2 %, а швейное увеличилось на 7,2%. Наблюдается рост экспорта одежды из текстиля по сравнению с 2009 годом. За 9 месяцев 2011 года поставлено на сумму 75,7 млн. долларов. Более половины поставлено в Австрию (38,3 %) и Беларусь (13,4 %). Только в эти две страны вырос экспорт, именно это и повлияло на общий показатель.

За 9 месяцев 2011 года импортировано одежды из тканей на сумму 2894,1 млн. долларов. Объем импорта превышает экспорт на 2818,4 млн. долларов. Самый большой поставщик – Китай (1481,2 млн. долларов).

Индекс текстильного и швейного производства за I квартал показал падение и составил 93,2 %. По отдельным позициям произошел рост. Так, в текстильном производстве увеличился выпуск натуральных шелковых и льняных тканей, нетканых материалов и ленточных отделочных. Швейники увеличили выпуск женских платьев и сарафанов, костюмов, головных уборов.

Рассмотрим порядок снижения ввозных пошлин.

Прежде всего, следует отметить, что ввозные пошлины не будут полностью обнулены. К примеру, уменьшатся ввозные пошлины на ткани шелковые с 5 до 3 %, шерстяные и хлопчатобумажные – с 15 до 10 %. Предусмотрено уменьшение ввозных пошлин и на одежду. При этом если раньше устанавливалась и абсолютная величина пошлины, например, на детскую одежду – 20 %, предусматривалась также пошлина и за килограммы (на детскую одежду – 2-3 евро за 1 кг). Нередки были случаи, когда применялись обе пошлины. Теперь пошлина на детскую одежду будет установлена только за килограмм – 1,3 евро. Остается ввозная пошлина на обувь 0,34-1,5 евро за пару, ранее было 2 евро за пару. По одежде для взрослых она уменьшается с 20 %, но не менее 2-3 евро за килограмм, до 15 %, но не менее 1,88-2,25 евро за килограмм.

Для увеличения выпуска отечественных шерстяных тканей снижается ввозная пошлина на шерсть с 5 до 3 %, а на необработанные шкуры и краст вводится пошлина 5 %. По всем позициям установлен переходный период от 1 года до 4 лет.

Минпромторг ожидает падения объемов производства на 5-10 %, снижения цен на российскую продукцию на 14-15 %, сокращения доли российской продукции на внутреннем рынке до 10-15 %. В связи с перечисленными фактами возможен перенос или закрытие производств. Последнее может привести к сокращению численности работников на 25-30 %. Как видим, прогноз Минпромторга не вселяет оптимизма.

Задачи до 2012: необходимо менять маркетинговую политику продвижения бренда, оптимизировать затраты. Задача же российского государства – оказывать содействие в популяризации российских брендов, как это делается за рубежом. Кроме того, нужно оказать содействие в приобретении или в долгосрочной аренде производственных помещений тем швейникам, которые открыли производства после массовой приватизации фабрик.

Правительство должно создать и отработать оптимальный финансово-производственный механизм для государственных и муниципальных предприятий, стимулировать развитие малого бизнеса.

МЕТОДЫ ТВОРЧЕСТВА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ КОНСТРУИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ

К.А. Самойлова – студентка, **Н.В. Чижикова** – ст. преподаватель
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова,
Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Самое молодое искусство – дизайн настойчиво стремится определить свое место в семье других искусств. Ощущая себя детищем XX века и перейдя в век XXI – век колоссальных технических возможностей, дизайн осознает и свои неразрывные связи с многовековым искусством, стремится унаследовать его опыт и традиции. Распространение дизайна в различных областях промышленности обусловливает необходимость иметь четкое представление о его ,сущности, структуре и функциях, о его месте в жизни и современной культуре нашего общества. В литературе дизайну приписывают много функций, но бесспорным можно считать, что дизайн является одной из форм деятельности по созданию элементов предметной среды (ЭПС), которые и выступают в качестве продуктов этой деятельности.

Положение о том, что художник-конструктор участвует в создании новых вещей, новых потребительских стоимостей, сегодня может быть с уверенностью принято в качестве методологической основы дизайна. Однако

созданием ЭПС занимаются кроме дизайна и промышленность, строительство и архитектура, различные виды прикладного, изобразительного и орнаментально-декоративного творчества. Любое художественное произведение, в частности и произведение, художественно-конструкторской деятельности, передает потребителю некую духовную информацию, вложенную в него его создателем, постольку между ними – художником и его публикой – завязывается своеобразное общение, и само произведение оказывается как бы «говорящим» (имеющим свой язык).

Таким образом, дизайн – художественное конструирование – должен быть рассмотрен с позиций не только технических и художественных, но и коммуникативных как один из важнейших инструментов организации общения людей в современном обществе. Нельзя стать художником, только изучив закономерности процесса художественного конструирования и овладев необходимыми техническими навыками работы. Каждый человек может научиться, например, рисовать или писать, передавать посредством рисунка или письма видимые объекты, явления, действия и т. д. Но чтобы стать художником или писателем, необходимо помимо технического умения, прежде всего, иметь способность мыслить образами и представлениями. Чрезвычайно важно воспитание определенных навыков, развивающих наблюдательность, воображение и самое способность мыслить образами. Отвечая на вопрос, в чем заключается своеобразие художественного мышления, обычно ограничиваются указанием на то, что результаты художественного мышления обнаруживаются не в логичных выводах, а в конкретных образах. Сравнивая ученого-мыслителя и художника, можно сказать, что один доказывает, а другой показывает, и оба убеждают, только один логическими доводами, другой картинами. Отличие искусства от науки заключается не в содержании, а в способах обработки данного содержания. Об одном и том же философ говорит силлогизмами, ученый понятиями, а художник образами и картинами.

На основе образных представлений возникает фантазия, вымысел (изобретение) как результат производных комбинаций в представлении отдельных частей, качеств, свойств ранее воспринятых явлений и предметов. Развитая фантазия имеет совершенно особое значение для художника (дизайнера) по костюму. Не трудно представить себе пейзажиста или портретиста, который может достичь немалых успехов, передавая то, что он видит перед собой, если, конечно, в его передаче будут видны умение достаточно верно оценить изображаемое, наблюдательность, точность и вкус. Среди художников известен термин «думать в материале», под которым подразумевают способность мыслить образами, не отделяя их от средств выражения. Такая цельность творческого процесса часто наблюдается тогда, когда художник выбирает задачи, особенно близкие характеру его дарования.

При разработке задания или темы художник может исходить из различных творческих источников, мотивов. Это могут быть: образы природы; образцы прогрессивного (классического) декоративного искусства; народного

творчества, народного костюма. А также: новые материалы, отделка; явления и события действительности; образцы культуры и творчества народов зарубежных стран; личные переживания и ощущения художника; впечатления от личности и индивидуальности человека. Большую работу выполняет художник, собирая первичный материал, занимаясь изучением предмета и организацией труда (зарисовками костюмов, его деталей, отделки и т. д.).

Самое главное в процессе сбора первичного материала – это не только его познание, но и стимуляция мыслей, идей, образов. Поиски и предварительный сбор материала в жизни, в природе, в книгах, в музеях, в журналах могут стать источником оригинальных ассоциаций и замыслов. Для развития творческих способностей, склонности к изобретательству следует углублять свою восприимчивость, любознательность, знания, интуицию, наблюдательность и др. Для получения практических результатов нужно планировать свою работу, разделяя ее на этапы творческого процесса. Наблюдения за творчеством некоторых выдающихся деятелей науки и искусства дало возможность предложить *вариант планирования:*

1) подготовка: накопление знаний (мастерства), материала, формулировка задачи, требований;

2) концентрация усилий: упорная работа с целью получить решение;

3) передышка: период умственного отдыха, возможность отвлечься от решаемой задачи, от выполняемой работы;

4) озарение: получение решения, новой идеи или видоизменение уже известной, которая является искомым решением;

5) доведение работы до конца, обобщение, выводы, оценка и оформление для демонстрации или публикации.

Эти этапы не обязательно должны идти в указанной последовательности. Периоды работы могут чередоваться с периодами передышки или периодами подготовки к работе. Впрочем, озарение обычно следует за передышкой.

Для конкретной творческой работы создано шесть основных методов подхода к отысканию идей и их практического осуществления в моделировании одежды. Это методы мозгового штурма, инверсии, аналогии, эмпатии, фантазии, новых комбинаций.

Метод мозгового штурма

Известно, что критика или даже боязнь критики служит помехой творческому мышлению. Разумеется, любая новая идея может оказаться неверной. Если автор боится критики, которая может быть вызвана тем, что его идея плоха, он не захочет испытать ее, и не выскажет непроверенных мыслей. При этом многие потенциально хорошие идеи (или мысли, которые могут

вызвать такие идеи у других) оказываются потерянными. Чтобы устранить препятствия, вызываемые боязнью критики при генерировании идей, был разработан так называемый метод мозгового штурма.

Его нельзя рассматривать как универсальное средство. С этим методом связаны определенные успехи и неудачи. Для эффективного применения метода мозгового штурма необходимо представлять его возможности и знать, как и когда его целесообразно применять.

Для пользования этим методом нужна подготовка. Применяя его, необходимо соблюдать следующие правила:

Первое правило состоит в том, что критика и вынесение суждения – благоприятного или неблагоприятного – не допускаются. Поскольку люди имеют привычку все подвергать критике, такая отсрочка в вынесении суждения – наиболее важное и наиболее жесткое правило.

Второе правило заключается в том, что в данном методе важно количество: задача состоит в генерировании большого числа идей. Одна идея может породить другую. Выложить идею сразу, как только она приходит в голову, не оценив ее, т. е. не вынося суждения о ней, трудно. Однако если критика не допускается, любая идея хороша. При методе штурма, чем больше предложений, идей, тем лучше.

Третье правило: необходимо высказывать свои мысли нескованно. Нужны ведь разнообразные идеи. При окончательном разборе, который устраивается позднее, многие идеи окажутся бесполезными, однако сам процесс рождения идей должен происходить таким образом, чтобы их поток был бурным, и они следовали друг за другом как можно быстрее. При мозговом штурме коллективный разум группы участников должен генерировать непрерывную последовательность идей.

При использовании такого метода творческого проектирования рекомендуется подбирать группу студентов так, чтобы члены ее не были лично заинтересованы в рассматриваемой задаче и не были слишком глубоко связаны друг с другом. Они должны иметь общее представление о задаче, знать и понимать ее, но при этом не быть специалистами по рассматриваемому вопросу. Позже специалисты могут дать свое заключение об этих идеях и развить их.

Метод инверсии

Отыскать или придумать новую задачу довольно трудно. Значительно чаще можно найти новые методы решений. Одним из способов получения новой точки зрения или нового подхода является так называемый метод инверсии. Он требует сознательного преодоления психологической инерции (т. е. отказа идти по «проторенной дорожке»), отказа от прежних взглядов на задачу, отношения к ней с новых позиций.

Если какой-либо объект обычно рассматривают снаружи, то при методе инверсии его нужно исследовать изнутри. Если в рассматриваемой одежде некая деталь (например, карман) всегда располагалась горизонтально, то инверсия означает, что ее, эту деталь, ставят в вертикальное положение или помещают под некоторым углом. Если одна часть системы подвижна, а другая неподвижна, то при инверсии это положение станет обратным. Перевернуть вверх дном, вывернуть наизнанку, поменять местами – эти слова характеризуют существо метода инверсии, используемого для получения новых идей.

На основе метода инверсии довольно оригинально решены задачи художественного оформления швейных изделий. Примерами могут служить вывернутые наружу швы в «дубленках», пальто и полупальто из искусственного меха, размещение карманов на рукавах или спине, застежки одежды, помещенные на спине, плече, и др.

Инверсия – очень простой и очень действенный метод получения новых идей.

Метод аналогии

Большое число оригинальных мыслей рождается по аналогии, и этот процесс можно с успехом применять для стимулирования новых идей. Часто решение задач подсказывается положениями, аналогичными тем, что встречаются в других задачах, в природе, технике или даже в художественной литературе и искусстве. Использовать аналогичные художественные и инженерные решения, особенно из других областей, для получения новых, оригинальных идей довольно просто.

Получение идей для художественных решений путем использования аналогий с цветовыми сочетаниями, формами живой природы также не сложно. Природа изобрела много способов создания различных вещей, и она может в изобилии дать новые идеи, пригодные для решения художественных задач. В то же время использование арсенала природных средств для художников – весьма трудное дело, так как у них чаще всего отсутствует даже начальная подготовка в области биологии и, особенно в области физиологии.

Для использования аналогий из литературы, искусства необходимо хорошо знать художественную литературу, фольклор, мифологию, научную фантастику, многочисленные направления искусства – изобразительного и прикладного.

Это означает, что из литературного или другого источника берется реальная или фантастическая идея, образ и применяется в рассматриваемой художественной задаче или самостоятельно, или с некоторыми изменениями, или же используется другая идея, но подсказанная первоначально взятой.

Чтобы пользоваться методом аналогии, нужно применить такой план действий:

1) подбор группы специалистов – «самостоятельных проектировщиков», не стесняющихся раскрыть перед другими личные мысли, не боящихся критики;

2) ознакомление группы с проблемой в том виде, как она задана, сформулирована;

3) «очистка» задания от уже существующих решений;

4) превращение из необычного в привычное (поиск аналогий, позволяющих выразить задание в терминах, словесно, в образах);

5) уяснение того, как проблема понята каждым из группы, определение трудностей и противоречий в решении задания;

б) выбор перспективного решения задачи из числа предложений, развитых словесно членами группы, для изготовления и опробования прототипов образцов.

Метод эмпатии

Эмпатия означает отождествление личности одного человека с личностью другого. Метод эмпатии часто используется в сфере человеческих отношений, когда возникает необходимость поставить ее в положение другого человека. Этим термином можно определить также и отождествление человека с разрабатываемым предметом, деталью или процессом. Задача состоит в том, чтобы «стать» предметом и с его позиции, с его точки зрения посмотреть, что можно сделать для решения проблемы.

Эмпатия требует от человека определенного вхождения в образ. Этому способствует природная одаренность и раскованность. Такой способности требует, например, профессия актера. При соответствующей тренировке данный метод становится доступным для большинства людей. Он очень полезен для получения новых идей, а также для их проверки.

Метод фантазии

Фантазия – это психический процесс, состоящий в создании новых образов на основе переработки прошлых восприятий. Использование фантазии для стимулирования возникновения новых идей заключается в размышлении над некоторыми фантастическими решениями, в которых при необходимости используются нереальные вещи или процессы.

Часто бывает полезно рассмотреть идеальные решения, несмотря на то, что обычно они связаны с некоторой долей фантазии. При этом, разумеется, есть надежда, что размышление о желаемом может натолкнуть нас на новую идею, которая в конечном счете приведет к осуществимому решению.

Метод новых комбинаций

Для вещей и процессов, называемых творческими, характерно, что иногда к ним приходят в результате использования новых соотношений между различными, ранее не связывающимися друг с другом параметрами. Творческие решения в этом случае часто находятся путем создания новых комбинаций вещей, процессов или идей. Следовательно, систематическое изучение новых комбинаций может оказаться средством, способствующим творческой работе.

Сущность метода новых комбинаций заключается в следующем. В поставленной задаче выделяется два или более важнейших направления. Затем по каждому из направлений предлагаются идеи, и сопоставляется как можно больший перечень способов их осуществления. Наконец, эти перечни сводятся в таблицу, чтобы можно было легче видеть каждую комбинацию. При этом могут привлечь себе внимание такие комбинации, которые в других случаях не придут нам в голову.

Метод новых комбинаций дает максимальные результаты, если рассматривается в культурно-историческом аспекте. Данный метод открывает новые пути выявления культурного и природно-исторического наследия любого региона. Синтез традиционного канона кроя и современных интеллектуально-рефлексивных методов интерпретации наследия, позволяют осуществлять многочисленные авторские разработки. Все выше перечисленные методы используются на практике в Институте текстильной и легкой промышленности. Инженеры – конструктора швейных изделий кафедры «технологии, конструирования, моделирования и дизайна изделий текстильной и легкой промышленности» ежегодно разрабатывают новые коллекции современной одежды. Сегодня как ни когда очевидна необходимость восстановления нарушенной культурной преемственности, обращения к богатейшим самобытным традициям как к источнику плодотворных художественных идей. Примером тому служат коллекции: «Розы посада», «Рашин стайл», «Царица-Царей», «Этно-Сибирь».

Информационной идеей коллекции "Розы Посада" стал павлопосадский платок, как атрибут русской культуры, как бренд. Он по праву занимает одно их ведущих мест в исконно русской атрибутике. Платок в мире моды – безусловный аксессуар стиля, намек на изысканность его носителя.

Павловопосадский платок подчеркивает традиционную красоту величавых восхитительных очаровательных, воспетых поэтами русских женщин.

Рисунок 1 - Коллекция «Розы посада»

Информационной идеей коллекции «Рашин стайл» является раннее творчество Вячеслава Зайцева, использование русского народного костюма, как источника вдохновения.

Рисунок 2 - Коллекция «Рашин стайл»

Коллекция выполнена из бязи с дополнением шифона и атласа, и состоит из пяти моделей. Информационной идеей коллекции "Царица Царей" стал образ последней царицы Египта – Клеопатры.

Рисунок 3 - Коллекция «Царица Царей»

Официальный титул Клеопатры Теа Филопатор означает: «богиня, любящая отца». Несмотря на неканоническую внешность, она вдохновила множество скульпторов, художников и режиссеров. Клеопатра VII была, потомственной гречанкой и ей хотелось греческую культуру распространить на весь мир. Она сумела красиво уйти - ее самоубийство театрально и царственно, как в подлинной древнегреческой трагедии. Информационная идея коллекции «Этно-Сибирь» основана на синтезе современного направления моды и знаменитой шубы-барнаулки конца 19 века. Коллекция выполнена с использованием вышивки бисером по мотивам орнамента, широко используемого бухтарминскими крестьянками в качестве оберега. Согласитесь, приятно, когда твой наряд не только моден и удобен, но и несет в себе мощный энергетический заряд благодаря заложенной в него положительной исторической информации.

Рисунок 4 - Коллекция «Этно - Сибирь»

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1.Черемных А.И. Основы художественного конструирования женской одежды // М.: Легкая и пищевая промышленность. – 1983. – С. 1-25.

2.Ткалич А.И. Консалтинг в социально-культурной сфере: Монография. - М.: СЭИ, 2006. - 144с.

ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАБОТЕ СПЕЦИАЛИСТА

А.С. Кононова – студентка, **Н.М. Фатеева** – старший преподаватель
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул

В последнее время мы всё чаще слышим термин «облачные технологии» и «облачные вычисления». Что предлагает новая технология современному и будущему информационному обществу?

Облачные вычисления - технология распределённой обработки данных, в которой компьютерные ресурсы и мощности предоставляются пользователю как интернет-сервис. Термин «облако» используется как метафора, основанная на изображении Интернета на диаграмме компьютерной сети. Широко распространенное формальное определение облачных вычислений было предложено Национальным институтом стандартов и технологий США:

«Облачные вычисления представляют собой модель для обеспечения по требованию удобного сетевого доступа к вычислительным ресурсам (например, сетям, серверам, системам хранения данных, приложениям и услугам), которые можно быстро выделить и предоставить с минимальными управленческими усилиями или минимальным вмешательством со стороны поставщика услуг».

Идея того, что сейчас мы называем облачными вычислениями, впервые была озвучена Джозефом Карлом Робнеттом Ликлайдером в 1970 году. Она заключалась в том, что каждый человек будет подключен к сети, из которой он будет получать не только данные, но и программы. Ученый Джон Маккарти говорил о том, что вычислительные мощности будут предоставляться пользователям как услуга (сервис). На этом развитие облачных технологий было приостановлено до 90-х годов. Дальнейшему развитию способствовало ряд факторов:

- стремительное развитие сети Интернет, а именно пропускной способности. Хотя в начале 90-х глобальных прорывов в области облачных технологий не произошло, сам факт «ускорения» Интернета дал толчок к скорейшему развитию технологии;
- в 1999 году появилась компания Salesforce.com, которая предоставила доступ к своему приложению через сайт. Эта компания стала первой компанией, предоставившей свое программное обеспечение по принципу «программное обеспечение как сервис» (SaaS);
- в 2002 году Amazon запустила свой облачный сервис, где пользователи могли хранить информацию и проводить необходимые вычисления;
- в 2006 году Amazon запустила сервис Elastic Compute cloud (EC2), где пользователи могли запускать свои собственные приложения. Таким образом, сервисы Amazon EC2 и Amazon S3 стали первыми сервисами облачных вычислений;
- свой вклад в развитие облачных вычислений внесла компания Google со своей платформой Google Apps для веб-приложений в бизнес секторе;
- развитие аппаратного обеспечения и технологий виртуализации способствовало не только развитию, но и большей доступности облачных технологий.

Облачные технологии имеют как свои достоинства, так и недостатки. К основным достоинствам можно отнести:

- доступность – «облака» доступны всем и везде, где есть Интернет и с любого устройства, где есть браузер;
- низкая стоимость – снижение расходов на обслуживание, оплата лишь фактического использование ресурсов облака пользователем (позволяет экономить на покупке и лицензировании программного обеспечения), аренда «облака», развитие аппаратной части вычислительных систем;
- гибкость – неограниченность вычислительных ресурсов;
- надежность – специально оборудованные центры обработки данных имеют дополнительные источники питания, регулярное резервирование данных;

- безопасность – высокий уровень безопасности при грамотной организации, однако, при безответственном отношении эффект может быть противоположным;

- большие вычислительные мощности – пользователь может использовать все доступные в «облаке» вычислительные мощности;

- экономия дискового пространства - и данные, и программы хранятся в интернет.

При всех своих достоинствах облачные технологии имеют ряд недостатков:

- постоянное соединение с сетью – для работы с «облаком» необходимо постоянное подключение к сети;

- программное обеспечение – пользователю доступно только программное обеспечение, которое есть в «облаке», пользователь не может настраивать приложения под себя;

- конфиденциальность – в настоящее время нет технологии, обеспечивающей 100% конфиденциальность данных;

- надежность – потеря информации в «облаке» означает невозможность ее восстановления;

- безопасность – хотя «облако» является достаточно надежной системой, но в случае проникновения злоумышленника ему будет доступен огромный объем данных;

- дороговизна оборудования.

Облачные технологии имеют обширный спектр услуг, которыми может воспользоваться пользователь для решения конкретных задач. Приведем основные виды предоставляемых услуг облачными системами:

- все как услуга (Everything as a Service) – пользователю доступно все от программно-аппаратной части до управления бизнес процессами, включая взаимодействие между пользователями. От пользователя требуется доступ в сеть Интернет;

- инфраструктура как услуга (Infrastructure as a Service) – пользователю доступна только компьютерная инфраструктура, которую он сам настраивает под свои нужды;

- платформа как услуга (Platform as a Service) – пользователю доступна компьютерная платформа с установленной операционной системой и, возможно, программным обеспечением;

- программное обеспечение как услуга (Software as a Service) – пользователю доступно программное обеспечение, развернутое на удаленных серверах, доступ к которому осуществляется через сеть Интернет. Услуга подразумевает оплату только за фактическое пользование программным обеспечением, а вопросы по лицензированию и обновлению программного обеспечения лежат на поставщике данной услуги;

- аппаратное обеспечение как услуга (Software as a Service) – пользователю предоставляется оборудование на правах аренды, которое он может использовать в своих целях. Услуга похожа на услуги «Инфраструктура как сервис» и «Платформа как сервис», за исключением того, что пользователь имеет доступ только лишь к оборудованию, на которое он сам устанавливает все программное обеспечение;

- рабочее место как услуга (Workplace as a Service) – компания организует рабочие места для своих сотрудников, устанавливая необходимое программное обеспечение;

- данные как услуга (Data as a Service) – предоставляется дисковое пространство для хранения информации;

- безопасность как услуга (Security as a Service) – позволяет пользователям развертывать продукты, обеспечивающие безопасность веб - технологий, переписки, локальной системы.

Облачные сервисы, предоставляющие услуги, делятся на три категории: публичные, частные и гибридные.

Публичное «облако» - ИТ – инфраструктура (ИТ - информационная технология), которую используют множество компаний и сервисов. Управляет и обслуживает «облако» его владелец. Абонентом может стать любая компания, индивидуальный пользователь. «Облака» предлагают доступный в цене способ развертывания веб-сайтов или бизнес-систем с большими возможностями масштабирования, которые не доступны в других «облаках». Примеры: Google Apps/Docs, Microsoft Office Web.

Частное «облако» - безопасная ИТ - инфраструктура, контролируемая и эксплуатируемая одной компанией. Абонент может управлять «облаком» самостоятельно, либо поручить это внешнему подрядчику.

Гибридное «облако» - ИТ - инфраструктура, использующая лучшие стороны публичного и частного типов «облаков». Такой тип используется, когда организация имеет сезонные периоды активности, т.е. часть мощностей частного «облака» перебрасывается на публичное «облако», если оно не справляется с текущими задачами.

Сегодня облачные вычисления – это то, чем почти каждый пользуется ежедневно. Подыскав в интернете подходящий сервис для ежедневного пользования, большинство из которых бесплатны или стоят относительно дёшево, пользователь избавляет себя от необходимости покупать новые компьютеры, от сложностей в настройке систем и покупки программных пакетов.

Облачные технологии развиваются стремительно и охватывают все больше сфер деятельности. Например, почтовые клиенты. Ещё недавно у большинства пользователей был установлен тот или иной почтовый клиент приёма, отправки и обработки электронной почты, сейчас роль почтового клиента выполняет Gmail, а в качестве гибких и удобных альтернатив такие сервисы как Yahoomail, Webmail, Hotmail и другие.

Похожая ситуация наблюдается и с офисными пакетами. Онлайн редакторы Zoho Writer или Документы Google могут выполнять те же самые функции, что и обычные офисные пакеты, многие такие редакторы не только могут форматировать и сохранять документы, но и импортировать и экспортировать их в другие форматы. Табличные редакторы Editgrid или Google могут легко заменить Excel. Облачные технологии постоянно совершенствуются. По мнению европейских экспертов, первоначально необходимо развитие методик регулирования юридических вопросов, связанных с аспектами функционирования систем, а так же методов планирования и анализа эффективности. Одной из

ключевых особенностей является возможность удаленного доступа к сервисам, однако, встает вопрос о хранении данных. Более того, хранимая информация может подпадать под законы страны, в которой находится физическое хранилище. Сложнее, если используется распределенное хранилище. В связи с этим, эксперты призывают государства начать задумываться о решении юридических аспектов работы облачных систем. Еще одним важным фактором развития является создание экономических моделей использования ИТ-услуг. Кроме юридических и экономических аспектов выделяют и ряд технических проблем, требующих внимания. Самой важной считается проблема безопасности. Результаты опроса показывают, что, несмотря на привлекательность облачных сервисов, значительная часть компаний не спешит ими воспользоваться, опасаясь за безопасность своих данных и испытывая неуверенность в надежности, удобстве работы и контроля над ними.

Главная трудность в развитии облачных технологий состоит не в решении технических вопросов, а в выборе взаимовыгодного пути развития. Именно поэтому многие коммерческие и государственные организации участвуют в обсуждении концепций и выбирают стратегии развития ИТ - систем. Кроме предоставления конечным пользователям вычислительных мощностей, облачные технологии предоставляют новые рабочие места для ИТ- специалистов, которые способны настраивать и сопровождать «облака». И т. к. сами технологии достаточно молоды, продолжаются исследования возможности их применения в различных областях жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSUNU/2011_3/Antipin.pdf
2. http://www.e- xecutive.ru/knowledge/announcement/1777425/
3. http://www.moluch.ru/conf/tech/archive/5/1123/

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Е.А. Маликова – студентка, **Г.Н. Макушева** – к.э.н., профессор,
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2020 года разработана в соответствии с поручением Президента Российской

Федерации от 3 июля 2008 года № Пр-1369 и поручением Правительства Российской Федерации от 15 июля 2008 года № ВП-П9-4244.

Под Стратегией понимается взаимоувязанная по задачам, срокам осуществления и ресурсам совокупность целевых функций, принципов и решений, которые должны реализовываться в планах мер и комплексных мероприятиях нормативно-правового, экономического, научно-технического и организационного характера, в инновационных, региональных и бюджетных целевых программах, в отдельных проектах [1].

Стратегия определяет цели, задачи, основные направления долгосрочного социально-экономического развития легкой промышленности с учетом вызовов предстоящего периода, структурные изменения и пути ее преобразования в конкурентоспособный и динамично развивающийся промышленный комплекс, восприимчивый к инновациям.

Кроме того, стратегия обеспечивает согласованность действий государственных органов исполнительной и законодательной власти различных уровней в принятии решений о поддержке легкой промышленности на государственном уровне по приоритетным направлениям развития отрасли.

Стратегия служит концептуальной основой для развития малого предпринимательства в отрасли, стимулирования пилотных проектов и важнейших государственно-значимых инвестиционных проектов по модернизации и техническому перевооружению в области производства наукоемкой, востребованной рынком продукции нового поколения на базе применения частно-государственного партнерства.

При разработке Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года и мероприятий были учтены национальные интересы России, предложения федеральных органов исполнительной власти, государственных органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и бизнеса, важнейшие законодательные и нормативно-правовые акты, определяющие политику государства в легкой промышленности на среднесрочную и долгосрочную перспективу, предложения субъектов Российской Федерации, отраслевых НИИ, общественных организаций и объединений, особенности легкой промышленности, стартовые условия ее деятельности на современном этапе для определения целевых ориентиров ее развития на период до 2020 года.

Базой для разработки Стратегии послужили следующие документы и материалы:

– цели, целевые индикаторы, приоритеты и основные задачи долгосрочной государственной политики в социальной сфере, в сфере науки и технологий, а

также структурные преобразования в экономике, предусмотренные в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденные распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. N 1662-р;

– сценарные условия и основные параметры прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на 2010 год и плановый период 2011-2012 годов (июль 2009 года);

– основные направления развития легкой промышленности, одобренные участниками заседания президиума Государственного совета Российской Федерации 20 июня 2008 года (г. Иваново);

– региональные программы, концепции и кластеры развития легкой промышленности, официальные источники информации;

– методические рекомендации по разработке стратегий развития отраслей промышленности, разработанные Минэкономразвития России в соответствии с Поручением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2004 № МФ-П13-4480 [1].

В основу Стратегии заложен переход легкой промышленности на инновационную модель развития, ориентированную на повышение ее конкурентных преимуществ, увеличение выпуска качественной продукции нового поколения. Особое внимание уделено вопросам защиты внутреннего рынка от незаконного оборота товаров, технического перевооружения и развития отраслевой науки, импортозамещения и экспорта, обеспечения отрасли материально-сырьевыми ресурсами и профессиональными кадрами.

Для реализации Стратегии предполагается задействовать венчурные фонды, инновационный фонд, гранты, собственные средства предприятий, субсидии и бюджетное финансирование НИОКР, важнейших инновационных проектов (далее – ВИП) и других инновационных проектов, обеспечивающие конкурентный уровень отрасли, а также инвестиции отечественных и зарубежных инвесторов, коммерческих банков и страховых компаний.

Механизм решения задач и реализации мероприятий Стратегии носит комплексный, системный и стратегически-целевой характер и охватывает все виды деятельности легкой промышленности: от глубокой переработки сырья до производства готовых товаров и их продвижения на рынки сбыта.

Реализация мероприятий Стратегии позволит повысить конкурентоспособность российских компаний, увеличить долю инновационной продукции, укрепить позиции и завоевать новые сегменты на внутреннем и внешнем рынках. Доля товаров отечественного производства на российском рынке должна составить не менее 50 процентов, товаров инновационного характера и

имеющих патентную защиту (товарный знак, полезная модель) - не менее 46 процентов объема производимой легкой промышленностью продукции. Это будет способствовать обеспечению экономической и экологической безопасности, повышению обороноспособности России, развитию регионов, созданию новых рабочих мест [1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2020 года [электронный ресурс]: http://www.minpromtorg.gov.ru/ministry

РАЗВИТИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

М.С. Копылова – студентка, **Л.И. Епрынцева** – к.п.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Современная жизнь в стране и в мире, характеризующаяся множеством связей и отношений, экономическими и техническими достижениями, а также изменениями, происходящими в сфере образования, находит отражение в трансформации целей обучения иностранному языку студентов нефилологических вузов страны. Сегодня основная цель – профессионально ориентированный характер обучения иностранному языку в высшей школе- дополняется второе не менее важной целью обучения студентов более глубокому постижению мира, его реалий, конкретно-исторической сущности, взаимоотношению народов и культур.

Как в нашей стране, так и за рубежом общепризнанным является подход к взаимосвязанному обучению иностранному языку и культуре страны, в которой этот язык является средством общения. Поэтому создание в в обучении условий, которые способствовали бы приобретению студентами одновременно лингвистической и социокультурной компетенции, включающих в себя владение языковыми единицами и социокультурными правилами, стереотипами и нормами социальных контактов, свойственных носителям изучаемого языка, является задачей первостепенной важности. С психологической точки зрения в ситуациях общения представители разных культур могут воспринимать друг друга холодными, агрессивными, самоуверенными или чересчур застенчивыми, недружелюбными, грубыми или обособленными потому, что это обусловлено культурными стереотипами и

феноменом «столкновения» культур с последующим эффектом их зеркального отражения в поведении участников коммуникации. К примеру, человек, участвующий в межкультурной коммуникации, ожидает одного поведения от коммуниканта, а реально оно может быть другим: негативным или нейтральным вместо дружелюбного поведения. В этой ситуации человек получает своеобразный «удар» другой культуры, который заставляет его задуматься и осознать, что он соприкоснулся с незнакомой культурой, что он должен понять поведение представителя этой культуры и адаптироваться в ситуации. В процессе развития межкультурной коммуникации человек должен уметь понимать и анализировать вербальные и невербальные реакции собеседника и давать на них адекватные реакции, поддерживающие коммуникацию. Весь этот процесс представляет собой совершенствование коммуникативных умений на изучаемом иностранном языке.

Главная задача в сфере развития социокультурной компетенции у студента заключается в том, чтобы подготовить его к подобным ситуациям и научить переходить с личностного уровня восприятия ситуации на культурный уровень, который является эмоционально более безопасным и, что самое ценное, он приглашает человека к дальнейшему «открытию» особенностей другой, новой для него культуры. Этот процесс переноса акцента с личностного уровня на культурный уровень стимулирует человека к поиску все более новых форм взаимодействия с представителем другой культуры и при этом способствует укреплению доверия и желания продолжать общение.

Личность человека начинается с осознания своих реакций, именно тогда, когда он дает понять, что осознает себя и несет ответственность за свои эмоции и поведение. Вместо обвинения других людей за испытываемые чувства (к примеру, раздражение, озлобленность, гнева) человек как бы восходит к уровню понимания другой культуры, что и способствует восстановлению процесса коммуникации. Студент должен понимать, что важной стороной общения на иностранном языке является уместность как вербального, так и невербального поведения в данной культуре. Это опять же означает, что человек должен владеть не только все, набором языковых и речевых средств, но и знать правила социально поведения представителей других культур, чтобы адекватно адекватно реагировать на слова и поведение собеседника и не допускать в своих поступках культуроведческих ошибок. Человек, изучающий иностранный язык, должен стать «чувствительным» к культурным различиям, существующим в мире, и приобрести для этого необходимые знания под руководством преподавателя. Главное- это овладения эффективными моделями анализа культуры, которая позволила бы понимать мотивы поведения, потребности и желания, цели, идеи, намерения и интересы другой культуры.

Далее, следует отметить основные принципы обучения, которые должны обеспечить развитие социокультурной компетенции у студента:

- принцип *активности*, стимулирующий развитие познавательного интереса;

- принцип *индивидуальности*, позволяющий учитывать индивидуальные особенности, интересы обучающихся, развивать их индивидуальные способности и личностные характеристики;

- принцип *сознательности*, способствующий понимать необходимости изучения культуры других стран;

- принцип *новизны*, требующий от преподавателя и студента постоянного изучения новых аспектов культуры стран, язык которых изучается;

- принцип *корректной репрезентации* социокультурных фактов и явлений, означающий представление инокультурных явлений с помощью различных достоверных материалов.

Основная идея высказывания данной темы заключается в том, чтобы представить культуру с точки зрения реальной жизни, в которой живет то или иное сообщество людей, выявить совпадения и различия с культурой, в которой живет человек, изучающий другую культуру.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Калмыкова Е.И. Формирование коммуникативной компетенции в целях устного профессионального общения. – Москва: Изд-во «Вестник МГЛУ», 2002. – 248с.
2. Калмыкова Е.И., Шпетный К.И. Методические приоритеты в обучении иностанным языкам студентов- нефилологов. – Москва: Изд-во «Вестник МГЛУ», 2006. – 273с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «БАРНАУЛЬСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»

Н.А. Андриенкова – студентка, **Н.С. Андронова** – ст. преподаватель
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул

Молоко и молочные продукты имеют важное значение в жизни человека. В настоящее время существует довольно большое количество компаний занятых в этой отрасли. В связи с этим развитие маркетинговой деятельности является существенным показателем для компании. А одним из важнейших аспектов маркетинговой деятельности является товарная политика.

Изучение и совершенствование товарной политики должно быть одним из приоритетных для перерабатывающего предприятия. Ведь зачастую из-за неправильной упаковки или неправильного распределения выпуска товара предприятие не получает должной прибыли, также она помогает обеспечить конкурентоспособность продукции.

Невозможно предложить для каждого предприятия универсальную товарную политику, только изучив все ее аспекты можно понять, в чем недостатки каждой конкретной политики и исправить их.

ЗАО «Барнаульский молочный комбинат» является предприятием занимающимся переработкой молока и молочной продукции. История ЗАО «Барнаульский молочный комбинат», берет начало с декабря 1978 года. Задумывался он центром холдинга, в который входили Павловский, Новоалтайский, Калманский, Тальменский молзаводы. В 2000 году было образовано ЗАО « Барнаульский молочный комбинат», которое существует по сегодняшний день.

Таблица 1 – Состав и структура основных видов товарной продукции ЗАО «Барнаульский молочный комбинат» за 2008 – 2012 гг.

Продукция	2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Молоко	203190	49	216740	47	218449	46
Кисломолочная продукция	95347	23	110676	24	113974	24
Сыры	37321	9	46115	10	47489	10
Творог	35248	8,5	39198	8,5	42740	9
Сметана	24880	6	29975	6,5	33242	7
Сливочное масло	18660	4,5	18446	4	18996	4
Итого	414674	100	461149	100	474890	100

В структуре товарной продукции стабильно наибольший удельный вес за анализируемый период занимают молоко и кисломолочная продукция.

Таблица 2 – Эффективность производства молочной организации

Показатели	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	293592	324840	340033	382754	389410
Балансовая прибыль, тыс. руб.	73398	76197	74641	78395	85480
Среднегодовая стоимость основных производственных средств, тыс. руб.	540540	559260	584823	593879	603623
Уровень рентабельности, %	25	23,5	22	20,5	22

За исследуемый период организация прочно удерживает свои позиции, несмотря на рост себестоимости продукции, вследствие удорожания закупочных цен на молоко.

Организация производит достаточно широкий и глубокий ассортимент молочной продукции. Каждая товарная группа включает несколько наименований. Анализ жизненного цикла выпускаемых продуктов показал, что значительная часть молочной продукции находится на стадии зрелости

Продукция выпускается в самой различной упаковке: в основном это мягкая упаковка, меньше - твердая, и с недавнего времени продукция выпускается в ПЭТ бутылках.

Таблица 3 – Стадии жизненного цикла продукции

Продукция	Стадия жизненного цикла
Молоко 2,5 %	Зрелость
Молоко прочее	Зрелость
Кефир	Зрелость
Биопродукция	Замедленный рост
Сметана	Зрелость
Творог	Замедленный рост
Масло	Зрелость
Сыр твердый	Зрелость
Сыр мягкий	Зрелость
Сыр плавленный	Зрелость
Сыр ломтевой	Зрелость
Иогурт в ПЭТ бутылках	Рост

К недостаткам предприятия в области товарной политики можно отнести следующие:

1. Ассортимент продукции слабо обновляется.
2. Недостатки в упаковке товара (так преобладает не совсем удобная для потребителей мягкая упаковка).
3. Не проводится мониторинг предпочтений покупателей.

В процессе исследования был проведен опрос потребителей. Цель опроса: выявить отношения потребителей к продукции фирмы и ее качеству.

Большинство потребителей считает, что уровень качества местной продукции достаточно высок, и они стремится приобретать именно местную продукцию. Значительное число респондентов отметило, что готовы приобретать больше молочных продуктов, если цена на них снизится, а ассортимент будет разнообразнее.

Таблица 4 – Факторы увеличения продажи молочных продуктов

Наименование факторов	%
За счет увеличения ассортимента	45
За счет изменения упаковки	30
За счет снижения закупочных цен	16
За счет иных факторов	9
Итого	100

На основании проведенных исследований были сделаны следующие выводы:

1. Самая удобная упаковка для реализации молочных коктейлей – ПЭТ бутылка. С недавнего времени на предприятии появилось необходимое оборудование для производства продукции в ПЭТ-бутылках.
2. На рынке молочной продукции не существует местных производителей молочных коктейлей, а у потребителей наблюдается большая лояльность именно к местной продукции, так как она более свежая. К конкурентам в данной области можно отнести: «Чудо», «Здрайверы» («Вимм-Билль-Данн»), «Простоквашино» и «Смешарики» («Юнимилк»)
3. У существующих производителей молочных коктейлей слишком большой срок хранения продукции от 1 до 6 месяцев, что подсознательно ассоциируется у потребителей с применением большого количества ненатуральных и неполезных ингредиентов.

Для того чтобы выяснить какие именно молочные коктейли следует выпускать была разработана анкета и проведен опрос потенциальных потребителей.

В основном такой продукт как молочные коктейли нацелен на молодую аудиторию. При условии натуральности продукта родители будут брать его детям. Однако не следует делать большой объем выпуска данного продукта, т.к. он не является продуктом ежедневного спроса. Чаще всего его будут брать 1-2 раза в неделю или реже. Что касается вкусов, то рекомендуется, чтобы были представлены следующие вкусы:

а) «Мокко» - во-первых, такого вкуса еще нет на рынке молочных коктейлей, во-вторых, существует большое количество любителей кофе, которым данный вкус будет по душе, и мы сможем привлечь взрослую аудиторию к продукту, и, в-третьих, вкус кофе будет слегка бодрить сонных покупателей, т.е. многие будут охотно пить его с утра;

б) «Банан-ваниль» - этот вкус будет больше направлен на детей.

Если молочные коктейли будут иметь достаточно хороший спрос в дальнейшем можно расширить линейку вкусов, таких как, например шоколадный, клубничный и ванильный.

Далее остановимся на упаковке товара. Одним из аспектов совершенствования товарной политики является упаковка. Поэтому БМК время от времени меняет ее дизайн для того чтобы упаковка стала лучше и больше

привлекала внимания потребителей. Однако значительная часть потребителей, участвовавших в опросе, отметили, что существующая упаковка неудобна в применении, т.к. не на всей продукции в тетрапаках присутствуют закручивающиеся крышки. Было высказано предложение - применять закручивающиеся пробки на всех тетрапаках, за исключением сметаны для удобства открывания и хранения.

Таким образом, предприятию при совершенствовании товарной политики необходимо расширять ассортимент продукции, использовать удобную и привлекательную упаковку.

ПРОБЛЕМЫ ПИТАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ СТУДЕНТОВ

А.М. Воропаева – студентка, **Н.Н. Величко** – ст. преподаватель,
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул

Как сказал американский психолог Ивлин Канн: «Скажи, что ты ешь, и я скажу – кто ты». И на самом деле, как мы питаемся? Ответ на этот вопрос, что называется, на поверхности. Достаточно оглядеть полки магазинов, на которых много «неживых» продуктов. Ситуация обостряется еще и тем, что в рационе преобладают рафинированные продукты и так называемый фаст-фуд, которые нарушают естественный баланс микрофлоры организма, что приводит к подавлению полезных бифидо- и лактобактерий.

Питание – это жизненно важная необходимость, которая обеспечивает гармоничное развитие и слаженную деятельность организма.

Неправильное питание приводит к ухудшению здоровья и, соответственно, к различным заболеваниям. Но принципы здорового питания не изобретение сегодняшнего дня. Как говорил Сократ: «Мы живем не для того, чтобы есть, а едим для того, чтобы жить». Пифагор же утверждал: «Никто не должен преступать меру ни в пище, ни в питании». А спустя много веков после древнегреческих мудрецов немецкий философ Людвиг Фейербах изрек: «Человек есть то, что он ест» [7].

Результаты современных исследований в этой области лишь подтверждают высказывания великих мыслителей прошлого о том, что питаться нужно правильно, рационально и соблюдая меру. Можно много говорить о здоровом питании, а особенно студентов. Если в школах и детских садах и есть, кому следить за питанием детей, то у студентов с этим проблема. А ведь в организме молодых людей еще не завершено формирование ряда физиологических систем, в первую очередь нейрогуморальной, поэтому они очень чувствительны к нарушению сбалансированности пищевых рационов. Студенческая молодежь выделяется как особая профессиональная группа. Информационные и эмоциональные перегрузки, которым они подвергаются на фоне ухудшения социальных условий, приводят к срыву адаптационных

процессов, а затем и к возникновению различных изменений в состоянии здоровья [4]. В связи с нарушением режима питания за время учебы, у многих студентов развиваются гипертоническая болезнь, заболевание пищеварительной системы, получившие название «болезни молодых», а также неврозы и др. Больше всего студенты знают о гастритах, т.к. чаще всего питаются крайне нерегулярно, перекусывая на ходу, всухомятку, 1-2 раза в день, а также избыточное употребление алкоголя, пристрастие к острой, горячей и грубой пище, стрессы и другое. В рационе питания студентов преобладают углеводы, т.е. наблюдается «углеводно-жировая» модель питания, т.к. за счет них легче восполнить энергетические затраты. Поэтому весной и осенью начинаются проблемы с пищеварением: ноет желудок, тошнота, изжога. Мало кто знает, например, что газированные сладкие напитки – сочетание химии и газов – всё это способствует быстрому распространению вредных веществ по организму. При этом в сладких газированных напитках содержится много сахара [6]. Еще одна проблема современной молодежи в результате неправильного питания и девушек, и юношей – это лишний вес. И большинство девушек в определенный период «садятся» на диету.

Английские психологи протестировали 60 абсолютно здоровых женщин на внимание, запоминание и скорость реакции. Было проведено два теста – первый тест женщины прошли после строгой диеты, второй тест – после обильного застолья. Результаты тестирования после диеты оказались на 20-30 % хуже результатов после того, как они наелись досыта [10]. Это позволило сделать интересный вывод, что организм воспринимает диету как стресс. Но к стрессам организм умеет приспосабливаться и с каждым разом сопротивляется ему все сильнее и сильнее. Именно поэтому те, кто неоднократно пробовали диету для того, чтобы сбросить вес, со временем подмечают, что со временем с помощью одной и той же диеты с каждым разом становится все труднее и труднее сбросить вес [5].

Поэтому о питании можно говорить много. Ясно одно, что несбалансированное питание способствует снижению устойчивости к воздействию стрессовых факторов, развитию обменных нарушений и хронических заболеваний. Так что же такое сбалансированное и рациональное питание.

Во-первых, согласно современной теории сбалансированного питания для обеспечения нормальной жизнедеятельности и работоспособности организма человека с пищей должно поступать необходимое количество энергии, соответствующее энергетическим затратам [5]. Нормы потребления белков, жиров, углеводов и килокалории рассчитаны по возрастным группам и представлены на слайде. Из данных определяем, что норма потребления в сутки для девушек – 2000 ккал, для юношей – 2450. Кроме того, для каждого человека можно еще и рассчитать индивидуальную норму потребления калорий. Данные формулы представлены на слайде. Но при этом необходимо учитывать занимается студент спортом или нет, т.к. у спортсменов энергозатраты выше, а

умственный труд вызывает небольшие энергетические затраты. Взрослому человеку в состоянии полного мышечного покоя натощак при температуре окружающей среды, равной + 20 + 22°С, требуется 1 ккал в час на 1 кг массы тела. Это норма основного обмена [6].

Во-вторых, питаться студент должен разнообразно, в меню должны присутствовать крупяные каши, орехи, свежие или тушеные овощи, мясо, зелень, фрукты и обязательно рыба [1] . Утром не стоит отказываться от завтрака. Для этого подойдет яичный омлет, мюсли с кефиром или каши, которые прекрасно насытят организм энергией. Если в университете приходится находиться длительное время, необходимо взять с собой бананы, яблоки или апельсин, йогурт или кефир. В вечернее время перед сном можно съесть омлет из яиц с добавлением свежих или замороженных овощей, или филе курицы приготовленное на гриле, на гарнир любой овощной салат. Слишком сильно перегружать желудок пищей не стоит. Один раз в неделю – разгрузочный день. И следует избегать избытка сладостей. Т.к. денежный бюджет студентов ограничен, то при выборе продуктов следует использовать дешевые источники биологически ценных белков (субпродукты, обезжиренное молоко, нежирный кефир и др.) [3].

В-третьих, необходимо соблюдать сочетание продуктов питания. Например, мясо лучше сочетать с цветной капустой, с листовым салатом, помидорами и нельзя с картофелем, рисом, и другими крупами.

К рыбе также лучше подойдут овощи – спаржа, шпинат и др. [5].

В-четвертых, количество приемов пищи – не менее 3 раз!!! В лучшем случае – 5, т.е. три основных – завтрак, обед и ужин, а между ними с интервалом в 2-3 часа – так называемые перекусы. Для этого подойдут яблоки, орехи и пр.

В-пятых, необходимо соблюдать режим питания, стараться есть всегда в одно и то же время, делать равные промежутки времени между приемами пищи. Не перекусывать на ходу. Какое меню бы вы не использовали, помните, что питание должно быть здоровым, разнообразным и сбалансированным [2]. Таким образом, проблема организации рационального питания является неотъемлемой частью формирования здорового образа жизни студентов и возрастает именно в период обучения, когда увеличивается умственная и физическая нагрузка.

Поэтому для восполнения энергии необходимо строить питание в соответствии с особенностями молодого организма. Организации питания формирует не только определенный уровень здоровья, но и влияет на трудоспособность и успеваемость студентов.

Сочетание правильного питания и активной физической нагрузки – это залог поддержания своего организма в хорошей форме, активной жизнедеятельности. Вести здоровый образ жизни необходимо и доступно каждому студенту для улучшения своего здоровья и получения достойной профессии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Здоровое питание для студентов [электронный ресурс]. Режим доступа: http://vuztest.ru/2012/01/19/zdorovoe-pitanie-dlya-studentov/
2. Здоровое, рациональное питание школьников и студентов [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.rasteniya-lecarstvennie.ru/3446-zdorovoe-racionalnoe-pitanie-shkolnikov-i-studentov-vuzov.html
3. Питание студентов [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.abcslim.ru/articles/777/pitanie-studentov/
4. Здоровый студент – здоровый педагог - здоровое поколение электронный ресурс]. Режим доступа: http://nsportal.ru/vuz/pedagogicheskie-nauki/library/zdorovyi-student-zdorovyi-pedagog-zdorovoe-pokolenie
5. Основное питание [электронный ресурс]. Режим доступа: http://drdobrov.com/vse-diet/62-dietoterapiya/342-nauchnie-osnovi-pitaniya
6. Суточная норма потребления белков, жиров, углеводов и каллорий [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.galya.ru/catd_new_page.php?id=4099361
7. Проблемы питания [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mircitaty.com/o_ede_pitanii.html
8. Здоровое питание [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.zdorpitanie.com/
9. Вредная диета [электронный ресурс]. Режим доступа: http://vred-diet.narod.ru/vreddiet-3.htm
10. Проблемы питания современных студентов [электронный ресурс]. Режим доступа: http://referatwork.ru/new/source/92185text-92185.html
11. Основы рационального питания/ Как правильно питаться Медицинский справочник [электронный ресурс]. Режим доступа: http://med-tutorial.ru/med-books/book/12/page/2-osnov

ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ МОЛОДЕЖИ

М.Б. Гуляева – студентка, **С.В. Морозова** – к.ф.-м.н., доцент
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул

Цели и задачи эстетического образования молодежи:

– совершенствование системы эстетического воспитания и создание условий для реализации творческого потенциала, сохранения и приумножения нравственных, культурных, творческих традиций студенческой молодежи;

– повышение художественного и исполнительского уровня студенческих театров и актеров – любителей;

– создание условий для включения студенческой молодежи в художественно - просветительскую, социально - значимую деятельность;

– улучшение условий организации и совершенствования содержания досуга студентов.

Эстетическая и художественная культура – важнейшие составляющие духовного облика личности. От степени эстетического развития человека зависит его интеллигентность, творческая направленность устремлений и деятельности, особая одухотворенность, стиль отношений с миром и другими людьми. Без развитой способности к эстетическому чувствованию, переживанию человечество вряд ли смогло бы реализовать себя в столь разносторонне богатом и прекрасном мире "второй природы", как культура.

Театральная студия это:

– мир фантазии, ярких образов, огромных возможностей для актёрского перевоплощения;

– мощное средство самовыражения – ведь, актёр – это основной элемент мыслей и эмоций с помощью пластичности тела и яркости эмоций.

Чтобы создать такой образ, в который бы поверил зритель, необходимо овладеть различными сценическими приёмами и техниками, чувствовать ритм, выстраивать внутреннюю линию движения, научиться действовать в ситуации «если бы» (т.е. существовать в предложенных обстоятельствах).

Многие люди втайне завидуют своим красноречивым знакомым. Ведь человек, который умеет толково и красиво говорить, связно и интересно излагать даже самые сложные идеи, выступать перед большой аудиторией, чрезвычайно ценится в любом коллективе, хорошо продвигается по карьерной лестнице, больше других преуспевает в самых разных начинаниях. Из-за, казалось бы, не самых важных способностей – нехватки артистических данных и слабой речевой подготовке, перспективные и имеющие большой потенциал работники с большим трудом добиваются поставленных целей. Но ведь искусству риторики и актерского мастерства вполне можно научиться!

Начнем с того, что низкая квалификация педагогов сводит на нет все усилия, предпринимаемые учениками. Ну не может научить хорошей сценической речи человек, не постигший этого искусства в совершенстве.

Педагог актерского мастерства, режиссер и хороший психолог, который может найти индивидуальный подход к каждому театральной студии «Маска» – Кристина Александровна Воронова.

Она окончила АлтГАКИ, факультет художественного творчества, кафедра театральной режиссуры и актерского мастерства.

Занятия идут по максимально индивидуализированной схеме. В группе обучается 9 человек. Педагог всегда может наладить личный контакт и передать свой опыт и знания.

Далеко не все студии могут похвастаться успешностью своих выпускников, поэтому перед началом обучения не помешает навести справки о том, кто обучался в этой студии ранее и каких успехов они добивались.

Сафарова Екатерина о театральной студии «Маска» говорит, что это большая ступень в жизни, которая помогает в дальнейшем найти себя, научиться общаться с людьми! Это школа жизни, которая учит общаться, учит чувствовать ситуацию! Недаром говорят, что актеры совсем по-другому воспринимают эту жизнь, более тонко чувствуют, более эмоционально реагируют! Театр, актерская игра помогает раскрыть в себе внутренний потенциал!

Рисунок 1 – Сафонова Екатерина

Афанасьева Анна о театральной студии «Маска» говорит, что она меня очень многому научила, терпению к другим, слушать и слышать то, что тебе говорят, что пытаются донести. Забывать о своих проблемах, оставлять их за пределами театральной студии, полностью погружаться в предлагаемые обстоятельства, даже жить ими. Это, кстати, очень помогает мне в работе, где надо быстро переключаться с одной задачи на другую, не потерять нить всего происходящего. А так как работа напрямую связана с людьми, то добрым словом вспоминаются и тренинги по речи. Театральная студия помогла мне найти друзей, с которыми до сих пор поддерживаем очень теплые отношения. А еще, я встретила там свою любовь. Ничуть не жалею что в течении 3-х лет, дарила себя этому замечательному коллективу, а он мне отвечал взаимностью. Спасибо Кристине Александровне, моему руководителю, за это.

Рисунок 2 - Афанасьева Анна

Неформальные встречи и различные мероприятия, направленные на максимальное взаимопонимание педагога и учеников – это тоже является свидетельством серьезного подхода к делу. На таких встречах учениками демонстрируются полученные навыки, фиксируются ошибки, есть возможность проконсультироваться по каким-либо вопросам.

Постоянные выезды на конкурсы, участие в спектаклях, капустники, показы для новичков позволяют нашим ученикам не только получить возможность выйти на большую сцену и обрести бесценный опыт публичных выступлений, но и пригласить на своё выступление друзей и родственников. Выпускники нашей студии регулярно принимают участие в её жизни, посещают и выступают на любительских и профессиональных фестивалях, не прекращая, развивают в себе сценические навыки и успешно реализовывают своё творческое начало, которое, безусловно, заложено в каждом из нас.

Два мощнейших средства сценической выразительности неразрывно связаны, они вытекают один из другого, образуя невероятно сильное созвучие. Ритм – фундаментальное составляющее искусства театра, пластика – элемент, без которого не обходится ни один современный спектакль. Только актер, постоянно работающий над этими элементами способен постичь таинство настоящего вдохновения и передать всю глубокую суть постановки. Порой тело может сказать намного больше слов.

Сегодня язык, позволяющий служителям сценического искусства общаться без слов, только лишь при помощи движений и жестов, является полноправным участником театрального процесса. Он получает новые формы, меняется, но главное – помогает актеру стать более совершенным и раскрепощенным на сцене.

Зачастую люди, которым в ближайшее время предстоит публичное выступление (не важно, на деловых переговорах, торжественном мероприятии или где-то еще), волнуются и переживают по этому поводу. И действительно, даже самая блестящая идея, тост, научное исследование, остроумная фраза может быть не принята аудиторией из-за невнятной речи, путаницы в мыслях, отсутствия связной смысловой цепочки. И тогда остается только молчать, в то время как более «языкастые» коллеги излагают банальные и очевидные факты. Довольно обидно, не правда ли? К счастью, подобную проблему легко можно исправить – достаточно всего лишь взять уроки сценической речи. Давно понял древний оратор Скилеф, что «успех – это произведение интересных мыслей на умение их донести». Действительно, сегодня от деловых переговоров зависит очень многое. Самое интересное, что большинство лиц, ответственных за принятие решений, подсознательно делают свой выбор в пользу менее выгодного предложения, высказанного грамотно и красиво, оставляя «за бортом» более перспективную идею, которую описывали сумбурно и невнятно. Умение выступать перед большими аудиториями, хорошо поставленным голосом произносить поздравление на торжественном мероприятии, четко излагать основные идеи сотрудничества на встрече с потенциальными партнерами – вот что отличает успешного человека от остальных. Именно

поэтому тренинг сценической речи – это первый шаг, очень важная ступенька на пути к осуществлению своей мечты. Раскрыв свой актерский потенциал, научившись завладевать вниманием аудитории любой сложности, человек становится более уверенным в себе, добивается поставленных целей гораздо меньшими усилиями.

Учиться актёрскому мастерству следует в первую очередь для собственного удовлетворения, для того чтобы реализовать свои творческие способности, уметь выражать себя, избавиться от комплексов и предрассудков. Каждый вкладывает в театр свой смысл, но так или иначе он остаётся тем волшебством, той тайной, которая должна присутствовать в жизни каждой творческой личности. Заниженная самооценка – это одна из самых распространённых причин, почему одарённые от природы люди не дают себе развиваться в творческом отношении, закрывают те пути и дороги, которые открывает перед ними жизнь

В ходе занятий каждый ученик активизирует свои актёрские способности, участвуя сначала в небольших сценках, а затем играя в настоящих театральных представлениях по классическим произведениям. Театральная студия поможет раскрыть свою индивидуальность и с головой погрузиться в интересный мир творчества. «В студию может прийти абсолютно любой желающий, не профессионал. И мы его научим играть, абсолютно бесплатно. Двери открыты для всех», – говорит педагог Кристина Александровна

На занятие приходит группа в полном составе и все одеты в черное, как «братство ордена». «Они как большая семья, дружат между собой, с выпускниками студии, это единый коллектив, единый организм», – подчеркивает руководитель. Трижды в неделю участники «Маски» приходят в студию учиться актерскому мастерству, сценической речи, пластике, координации.

Основы эстетического развития личности закладываются с раннего возраста, и создает фундамент для дальнейшего совершенствования. Вопросы нравственно - эстетического воспитания студентов относятся к числу наиболее актуальных проблем современной педагогической науки и практики. Объясняется это тем, что решение практических задач создания личности с широкими эстетическими запросами, высокой культурой художественных способностей и потребностью в активной творческой деятельности - воспитанию эстетического вкуса как показателя уровня развития этой личности.

В педагогической деятельности А.С. Макаренко важное место отводится эстетическому отношению человека к действительности

– эстетическое отношение к миру в общей системе воспитания во многом способствовало достижению позитивных результатов. В частности, педагог считал, что воспитание личности – это процесс воспитания у нее перспективных путей:

– во-первых, перед личностью должна быть поставлена цель, достижение которой связано с возникновением чувства радости;

– во-вторых, нужно настойчиво претворять более простые виды радости в более сложные виды и человечески значительные. Стремление развить у воспитанников основы эстетического отношения к действительности пронизывало весь процесс обучения и воспитания А.С.Макаренко.

Степень научной разработанности проблемы исследования. С.Т. Шацкий отмечал, что все сферы жизни человека должны быть пронизаны эстетическим элементом. Он указывал, что постижение жизненных истин начинается с "живого созерцания" и от того, каким оно будет, зависит и следующий, более сложный этап "абстрактного мышления «Педагоги убеждались, что искусство призвано помочь детям подняться на ступеньку выше в своем стремлении к лучшей и более содержательной жизни. Экспериментально доказано, что уровень оспитанности эстетического вкуса подростков на занятиях в театральной студии растет от адаптации к интеграции при:

– последовательном введении учащихся в систему эстетических понятий и категорий авторской познавательной программы «Основы эстетической культуры»;

– использовании широкого диапазона методов театральной педагогики для раскрытия творческой индивидуальности личности;

– реализации личностно ориентированного подхода к учащимся с учетом их индивидуальных особенностей и творческих способностей, что способствует эстетическому самовоспитанию личности учащихся.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. http://www.lomonosov.org/pedagogics/fourpedagogics10591374.html
2. Личный архив театральной студии «Маска».

АСПИРАНТУРА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Е.Н. Михолап – студентка, **С.В. Морозова** – к.ф.-м.н.
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул

Что такое аспирантура? Аспирантура – форма повышения квалификации лиц с целью подготовки их к соисканию учёной степени кандидата наук; специализированное подразделение вуза или научно-исследовательского учреждения по подготовке преподавательских и научных кадров высокой квалификации – кандидатов наук.

Аспирантура в России бывает как платной, так и бюджетной. Традиционно конкурс на бюджетные места в престижных вузах очень высок, и предпочтение отдается выпускникам данного учебного заведения. К конкурсным вступительным экзаменам в аспирантуру допускаются лица с законченным

высшим образованием, проявившие способности к научной деятельности, из числа специалистов народного хозяйства с опытом практической работы по избранной специальности не менее 2 лет и молодые специалисты непосредственно после окончания вуза – по рекомендации совета вуза (факультета). Вступительные испытания в аспирантуру предполагают сдачу экзаменов по философии, иностранному языку и специальности, написание вступительного реферата и собеседование с ректоратом вуза. Обучение в аспирантуре длится 3 года при очной форме обучения и 4 года – при заочной. Для получения справки об окончании аспирантуры требуется сдача кандидатских минимумов. В идеале аспиранты защищают кандидатскую диссертацию. Аспирант работает под руководством своего научного руководителя (как правило, доктора наук, профессора) по индивидуальному плану, изучает избранную специальность, овладевает методами научно-исследовательской, экспериментальной и учебно-методической работы, сдаёт экзамены кандидатского минимума и готовит диссертацию на соискание степени кандидата наук. Те, кто обучается в очной аспирантуре:

а) обеспечиваются государственной стипендией;

б) аспиранты-заочники, выполняющие индивидуальный план, получают ежегодно по месту работы дополнительный отпуск (30 дней) с сохранением заработной платы;

в) право иметь один свободный от работы день в неделю – для аспирантских занятий (с оплатой его в размере 50 %).

В рамках борьбы с «псевдоучеными» ужесточаются требования и к поступающим в аспирантуру студентам, и к качеству диссертационных исследований.

К достоинствам следует отнести:

1. Гибкий распорядок дня. По мнению многих преподавателей, это едва ли не самое важное преимущество. Лишь небольшая часть людей может комфортно работать по установленному распорядку. Деятельность большинства же зависит от многих факторов. Гибкий график не означает, что в аспирантуре придется работать меньше. Скорее всего, даже больше. Но теперь вы будете иметь возможность работать в комфортном для себя режиме, а это много стоит.

2. Личный интерес. В отличие от работы в компании (особенно крупной), в аспирантуре ставятся понятные и важные именно для аспиранта цели: написание статей, участие в конференциях, ведение занятий. Практически всегда это его ответственность и результаты зависят от него самого. Вы ведете пары? Вряд ли к вам будут приставать с советами и рекомендациями. Занимаетесь диссертацией? Так ведь и она, по сути, больше всего необходима именно вам.

3. Работа с людьми. Любому преподавателю сложно пожаловаться на отсутствие общения. Иногда его бывает даже слишком много. Но для большинства людей это определенно лучше, чем работать в офисе, каждый день видеть лишь несколько лиц, и заниматься преимущественно работой с документами.

4. Понятная схема профессионального развития. Да, сейчас отдельные компании занимаются развитием карьеры своих сотрудников. Однако не факт, что вы будете работать именно в такой фирме. Институт же предлагает достаточно простую схему: учеба в аспирантуре, защита, получение должности и звания доцента, возможно, административная работа, а в отдаленной перспективе докторантура. На какой стадии остановиться – решать вам.

5. Реализация в нескольких направлениях. С течением времени (скорее всего, после защиты) становится возможным выбрать то направление, которое наиболее вам импонирует. Это могут быть научные исследования, преподавательская деятельность или административная работа. А может быть и все вместе.

6. Оплата. Проработав несколько месяцев, перед поступлением в аспирантуру вы сможете получать приемлемую стипендию, к которой позже добавится оплата за преподавание. В сумме эти доходы сопоставимы со средним уровнем зарплат (за исключением, пожалуй, крупных городов и столицы).

7. Статус преподавателя. Традиционно преподавательская деятельность пользуется определенным уважением. Представляться кому-либо как аспирант определенно не хуже, чем говорить, что вы работаете менеджером по продажам, или переводчиком.

К недостаткам отнесем:

1. Чтобы учиться в аспирантуре, нужны аналитические способности и желание к познанию. Вы можете часами просиживать над книгами в поисках необходимой информации? Нет? А это придётся делать, если вы собираетесь учиться в аспирантуре. Помимо поиска информации, вам ещё предстоит её анализировать, «вычленять» главное, «отбрасывать» второстепенное. Как у вас были дела в ВУЗе с высшей математикой? В аспирантуре она вам очень пригодится. А есть ли у вас желание углубляться в какой-нибудь вопрос? Быть иногда «занудой», доказывая окружающим свою точку зрения? Эти и другие качества понадобятся, если вы нацелились обучаться в аспирантуре. Хорошенько посмотрите на себя и честно скажите: есть ли у меня подобные качества или хотя бы их зачатки? Если нет, и вы пока ещё не выпускник ВУЗа, а только дальновидный студент (молодец!), но желание учиться там очень большое, тогда вам нужно постараться их выработать. Как? А очень просто. Участвуйте во всех научных конференциях, проходящих в вашем ВУЗе. «Прививайте» себе привычку научной работы.

2. Денежная проблема. Если вы собрались учиться в аспирантуре, то, скорее все, поначалу вы столкнётесь с тем, что у вас будет очень туго с деньгами. Вам уже будет около 22-23 лет, и естественно, что вам деньги будут очень нужны. Можно, конечно, параллельно работать, только это будет то же самое, как в поговорке про двух зайцев. Концентрируйтесь на чём-нибудь одном (лучше, на аспирантуре) или ищите такую работу, которая будет по минимуму вас отвлекать от учебного процесса. Такую работу сейчас найти не составит труда. Например, работа фрилансером вам может принести неплохой доход на первых порах.
Под конец аспирантуры, обычно аспирантам дают легальное разрешение заработать денег. Вам предстоит учить студентов уму-разуму. Да, может там и будут платить «крохи», но хоть что-то. Поэтому, если вы решили поступать в аспирантуру, тогда заранее продумайте варианты вашего материального содержания в течение 3 лет вашего обучения. Большинство молодых людей не идут в аспирантуру именно потому, что их отпугивает денежная проблема.

3. Долгий «выхлоп». Ну, и, наверное, самый главный минус обучения в аспирантуре состоит в том, что плоды своего труда вам предстоит пожимать через какое-то время. В то время как ваши друзья и знакомые работают и зарабатывают деньги, покупая на них разные вещи, вы будете читать книги. Вы будете учиться. Но это минус как бы вымышленный. На самом деле, вы будете инвестировать в себя. А инвестиции – это залог успеха практически любого богатого и успешного человека. Только мало, кто знает, что богатые и успешные люди сначала инвестируют в себя. И не деньги (хотя и их тоже), а знания. Ведь знания сейчас очень дорого стоят.

Таким образом**,** прежде чем идти учиться в аспирантуру, нужно очень хорошо подумать, для чего это Вам нужно. Дело в том, что у учителей и преподавателей зарплаты, к сожалению мизерные. И если после аспирантуры Вы хотите заняться преподавательской деятельностью, и это будет основным источником дохода, то должны быть готовы к тяжелому существованию. Если же есть и иные доходы, и Вам нравится учиться, а затем учить других – смело поступайте! Тогда Ваша работа, когда Вы во время занятий не будете думать, чем кормить семью, принесет только пользу людям и стране.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. http://pure-play.livejournal.com/695.html
2. http://www.mbaweek.net/article/a-48.html

САПР – НОВАЯ СРЕДА ПРОЕКТИРОВАНИЯ

И.В. Есипенко – студентка, **С.А. Копылова** – ст. преподаватель
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Система автоматизированного проектирования – автоматизированная система, реализующая информационную технологию выполнения функций проектирования, состоящая из персонала и комплекса технических, программных и других средств автоматизации его деятельности. Для обозначения подобных систем широко используется аббревиатура САПР.

Термин САПР появился в начале 70-х годов. В ГОСТ 22487-77 САПР определяется как проектирование, осуществляемое взаимодействием человека и ЭВМ. Под проектированием понимается процесс составления описания, необходимого для создания в заданных условиях еще несуществующей аппаратуры.

При широком взгляде на историю развития геометрии, которая является основой инженерной графики и систем САПР, можно выделить четыре этапа, которые помогут нам понять математические методы, составляющие фундамент систем проектирования:

1. Евклид: геометрия, аксиоматический метод, построения с помощью циркуля и линейки.
2. Рене Декарт, Пьер Ферма: аналитическая геометрия – алгебраические методы в геометрии.
3. Гаспар Монж (Понселе, Паскаль): начертательная геометрия - проективная геометрия, бескоординатный метод.
4. Вычислительная геометрия (40-е годы 20-го века): началом вычислительной геометрии можно считать построение аксонометрической проекции.

Когда программное обеспечение САПР впервые появилось на рынке (начало 80-х годов), оно действительно воспринималось как простая замена чертежных досок, карандашей и других чертежных инструментов. Так как программное обеспечение непрерывно развивается и улучшается, то аббревиатура САПР принимает новое значение.

Доступное сегодня мощное программное обеспечение позволяет не только выполнять чертежи, но и всю работу по выполнению проекта. На Западе можно встретить сокращение CADD, т.е. – черчение и проектирование с помощью компьютера.

САПР (система автоматизированного проектирования) соответствует различным программным системам:

– CAD (Computer Aided Drawing) – рисование с помощью компьютера;
– CAD (Computer Aided Drafting) – черчение с помощью компьютера;
– CAD (Computer Aided Design) – проектирование с помощью компьютера.

Наиболее распространенной системой автоматизации проектирования на данный момент в нашей стране является система AutoCAD. AutoCAD – это удобная в использовании программа для построения выкроек одежды на принтере в любом необходимом масштабе. Если выкройка не умещается на один лист, то осуществляется разбивка на листы.

В результате сравнительного анализа современных графических систем, используемых при проектировании одежды, сделан обоснованный выбор системы AutoCAD, позволяющей решать любые задачи проектирования одежды: научно-исследовательские, производственные, учебные. Будучи идеальной системой для широкого спектра приложений, AutoCAD обеспечивает полный набор инструментов для 2-х и 3-х мерного проектирования и черчения.

Основная цель создания САПР – повышение эффективности труда инженеров.

К задачам следует отнести:

– уменьшение трудоёмкости проектирования и планирования;

– сокращение сроков проектирования;

– снижение себестоимости проектирования и изготовления, уменьшение затрат на эксплуатацию;

– повышение качества и технико-экономического уровня результатов проектирования;

– минимизация затрат на натурное моделирование и испытания.

Достижение этих целей обеспечивается путем:

– автоматизации оформления документации;

– информационной поддержки и автоматизации процесса принятия решений;

– использования технологий параллельного проектирования;

– унификации проектных решений и процессов проектирования;

– повторного использования проектных решений, данных и наработок;

– стратегического проектирования;

– замены натурных испытаний и макетирования математическим моделированием;

– повышения качества управления проектированием;

– применения методов вариантного проектирования и оптимизации.

Современная машинная графика, и САПР как ее представитель, представляют собой синтез вычислительной геометрии и графического отображения на дисплее аналитической модели объекта. Средствами графического интерфейса пользователь создает и управляет свойствами объектно-ориентированной аналитической модели. Программное обеспечение САПР находится в динамическом развитии. Действительно, каждая компания, разрабатывающая программы САПР практически ежегодно выпускают новые версии, в которых учитывается изменение аппаратного обеспечения и результаты достижений вычислительной геометрии. Машинная графика является синтезом научных знаний, полученных в таких фундаментальных науках, как аналитическая и комбинаторная геометрия, линейная алгебра и

вычислительная математика, геометрическая оптика, информатика и информационные технологии.

Компоненты многофункциональных систем САПР традиционно группируются в три основных блока: CAD, CAM, CAE.

– модули блока CAD (Computer Aided Designed) предназначены в основном для выполнения графических работ;

– модули CAM (Computer Aided Manufacturing) – для решения задач технологической подготовки производства (создание управляющих программ для ЧПУ);

– модули CAE (Computer Aided Engineering) – для инженерных расчетов, анализа и проверки проектных решений.

Сейчас САПР воспринимается как среда проектирования. Такой аспект САПР весьма характерен для нашего понимания САПР в начале 21-го века, когда появились такие особенности и тенденции информационных технологий как мультимедиа (объединяющей отдельные форматы данных) и цифровая связь. Система САПР построена таким образом, что не требует специальных знаний и навыков в области компьютерной техники, программирования и математического моделирования. Единственное требование системы САПР, как и любого другого программного обеспечения: пользователь должен быть специалистом или должен хотеть изучить определенную предметную область.

Другая главная тенденция развития САПР: трехмерное – 3D моделирование и визуализация:

1. В САПР создается электронный цифровой документ (со всеми его преимуществами). Средства САПР предоставляют пользователю "виртуальные" электронные инструменты построения и моделирования, свойства которых значительно превосходят возможности традиционных инструментов черчения.

2. В системе САПР методами "визуального" построения создаются математические модели двумерных чертежей и трехмерных объектов, которые могут быть переданы в другие системы для последующей обработки: исследование, подготовка программ обработки на станках ЧПУ, подготовка конструкторской документации и т.п.

3. Работа с системой САПР предполагает знание языка инженерной графики: ГОСТ ЕСКД, навыков работы с компьютером и желание освоить новые средства проектирования. Полное освоение возможностей современных САПР требует фундаментальной инженерной подготовки будущего специалиста.

4. Формирование чертежа и трехмерных моделей средствами графического интерфейса пользователя. Элементы современного графического интерфейса пользователя: окна, курсоры, меню, окна диалога, справочная система, пиктограммы стали сейчас настолько общеприняты, что трудно себе представить, как можно обходиться без них при работе с компьютером.

При производстве одежды одним из наиболее ответственных и сложных процессов является конструкторская подготовка изделий. Проектирование одежды вручную – очень трудоемкий процесс, не позволяющий быстро реагировать на постоянные изменения в моде. В связи с этим в последнее время большое внимание уделяется автоматизации проектирования одежды.

Рыночная экономика предъявляет все более высокие требования к качеству компьютерной подготовки специалистов. Для эффективного использования программных и аппаратных средств возрастает необходимость подготовки конструкторов одежды, свободно владеющих компьютерной системой.

Структура САПР.

В швейных САПР можно выделить следующие модули или блоки:

1) ввод лекал в компьютер с дигитайзера;

2) чертежные средства – простые команды рисования дуг, сплайнов, ломанных и их редактирование;

3) градация – процедура получения комплекта лекал для других размеров на основе базового комплекта (стандартная, с присвоением норм определенным точкам лекал базового комплекта или параметрическая с использованием макросов, которая включает запись последовательности операций построения модельной конструкции, и затем повторения этой последовательности для других размеров);

4) раскладка комплектов лекал на ткани, практически идентичная у всех систем;

5) модуль 3D – > 2D проектирования модельных линий на 3-х мерном манекене, с автоматическим получением плоских лекал развертки;

6) модуль 2D – > 3D одевание трехмерной фигуры комплектом подготовленных лекал, с возможностью менять структуру ткани, ее рисунок.

Выделим наиболее перспективные средства автоматизации процесса конструирования:

1) макросы – запись последовательности построений или действий, которую потом можно повторить с использованием других параметров;

2) комбинаторика – возможность создавать базы данных конструктивно-декоративных элементов и использовать их при конструировании модели.

В современных САПР помимо перечисленных присутствуют модули создания рисунка ткани, модули расчета стоимости изделия и времени его изготовления, а также модули ведения баз данных и логистики.

Итак, как уже было сказано, чертежные средства у всех систем практически одинаковы. Но ведущие САПР отличаются большим разнообразием полезных команд и более приятным дизайном. В некоторых системах не очень удобный пользовательский интерфейс или отсутствуют стандартные полезные функции. В раскладке нет возможности большие лекала разложить вручную, а остальные автоматически – либо все, либо ничего.

В настоящее время накоплен достаточный опыт работы как с отечественными («Ассоль», «Абрис», «Леко» и др.), так и с зарубежными («Investronica (Инвестроника)», PAD System, «Gerber (Гербер)», «Lectra (Лектра)», «Grafis (Графис)» и др.) автоматизированными системами.

В Investronica достаточно удобный интерфейс, но, менее удобный, чем у двух предыдущих фирм. Возможно, это объясняется наличием у последних государственной поддержки, в то время как Investronica является частной фирмой. Но, соответственно, ее продукт и стоит меньше.

В PAD System основной акцент ставится на трехмерном проектировании. Но, в отличие от других систем, манекеном здесь является некая объемная абстракция, чем-то напоминающая реальную человеческую фигуру. Конечно, основные человеческие пропорции соблюдены, но столь сильное упрощение виртуального манекена вызывает сомнение в целесообразности трехмерного модуля.

В Gerber присутствуют изящно решенные инструменты, интуитивно понятные конструктору. Например, средство обкатки двух контуров, для определения разности длин. Не менее удобно средство для одновременного редактирования проймы и оката. Неизвестно, насколько это корректно, но происходит в интерактивном режиме с любыми указанными линиями.

В Lectra удобен механизм связи лекал с конструкцией, из которой они выделены. Когда мы меняем что-то в конструкции, автоматически корректируются лекала, правда, обратный процесс пока невозможен.

Особо отметим Grafis. Интерфейс у нее обычный, но при запуске имеется возможность выбора одной из десятка методик построения базовых основ (Мюллер и др.).

Следуя трехмерной моде, появились в большом количестве трехмерные сканеры. Они представляют собой небольшую площадку с нарисованными следами ступней и четыре вертикальных столба по углам площадки, с расположенными на них видеокамерами (по 2 камеры и 1 лазеру на каждом). Человек без верхней одежды становится на эту площадку, и мгновенно мы видим на экране компьютера его трехмерный негатив. Для снятия размеров с виртуальной фигуры используется специальная программа. Утверждается, что погрешность измерений составляет один сантиметр, из-за подвижности объекта в момент фотографирования. Можно снимать размеры вручную, намечая линии на экране, между которыми система сама измеряет расстояние. А можно провести образмеривание автоматически.

Кроме того, имеются программы, проводящие измерения человека на основе трех фотографий его проекций. Полученные данные можно затем использовать в швейных САПР для индивидуального производства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Симонович, С.В. и др. Информатика. Базовый курс. СПб: Издательство «Питер», 2001. – 640с.

2. Петров, А.В., Черненький В.М. Проблемы и принципы создания САПР. Москва, 2001.

3. Данчул, А.Н., Полуян Л.Я. Системотехнические задачи создания САПР. Москва, 1990.

4. Федоров, Б.С., Гуляев Н.Б. Проектирование программного обеспечения САПР. Москва, 1990.

5. Сухарев М.И., Бойцова А.М. Принципы инженерного проектирования одежды.- Москва: Легкая и пищевая промышленность, 2001.

6. Комисаров О.Ю., Скирута М.А. Одежда и компьютер. - Москва: Легпромбытиздат, 2001.

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ – МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОБЛЕМА

Е.В. Иванова – студентка, **Н.Н. Величко** – ст. преподаватель
Алтайский государственный аграрный университет (г. Барнаул)

Фальсификация (от лат. falsifico – подделываю) – действия, направленные на обман потребителя путем подделки товара с корыстной целью. Поэтому фальсификация всегда направлена на ухудшение тех или иных потребительских свойств товара или уменьшение его количества [1].

Фальсификация и контрафакт являются проблемой, ущерб от которой оценивается во много миллиардов евро и которая подрывает безопасность здоровья людей и интересы государств. Причем доходы здесь намного выше, чем, например, от торговли наркотиками, а риски весьма незначительные. Санкции же являются относительно слабыми и зачастую трудно применимыми.

Явление фальсификации товарной продукции приобрело в последние десятилетия особо крупные масштабы. Быстрое распространение в мире «пиратского производства» стало вызывать наибольшую тревогу – это когда под торговым знаком хорошо известных своим качеством фирм на рынок поступает низкосортная продукция «теневых» производителей [2].

Есть общие причины существования фальсификации, характерные не только для России, – возможность фальсификатора снизить свои издержки за счет мимикрии под известные брэнды (расходы на рекламу и «раскрутку» торговой марки) и исключение или резкое снижение расходов на создание продукта, испытания, а иногда и подготовку производства при копировании продукции [3].

Такие страны, как Великобритания и Италия известны в мире особенно широким производством поддельных изделий модной одежды.

Это выявилось, когда работники английской таможни выявили товар на сумму 4,25 млн. ф. ст. с наклеенными фальшивыми ярлыками таких известных компаний, как RalphLauren, CalvinKlein и Timberland. Ярлыки были нашиты на дешевый товар: рубашки, джинсы, футболки, изготовленные в Великобритании. Изделия парфюмерии практически всех известных в мире фирм – Chanel, Aramis, Givenchy и т.п. – подделываются особенно «нахально» и встречаются на полках магазинов всех стран мира. Запасные части к самолетам фальсифицируются почти в тех же масштабах, что и программное обеспечение компьютеров.

Правда последствия мошенничества в этой области оцениваются не только в финансовом выражении, но и в человеческих жизнях из-за неизбежных катастроф.

Медикаменты приносят фальсификаторам не меньшие доходы и вместе с тем не меньшие трагические последствия. Сообщалось, что в Гаити 30 детей

умерло в результате приема жаропонижающего средства, содержащего диэтиленгликоль – растворитель, применяемый для производства антифризов [2].

В России ситуация также вызывает беспокойство. Никто точно не знает количество поддельных фармацевтических препаратов, продающихся через аптечную сеть.

Продовольственные товары в последние годы занимают особо заметные позиции в числе фальсифицированных товаров. Принято считать, что на российском продовольственном рынке фальсифицированная продукция является обычным явлением. Наиболее часто с фальсификатом можно столкнуться при покупке алкогольных напитков, молочных и мясных консервов, икры, колбасных изделий.

Основными средствами фальсификации алкогольных напитков являются: замена натурального сырья (плодов, травы, корней, сахара и др.) синтетическими красителями, ароматизаторами, использование технического спирта, что ведет к отравлениям различной степени, потере зрения. Фальсификация напитков достигается также за счет разбавления водой, замена одного типа напитка - другим, подмена марочных (выдержанных) напитков ординарными. Существует еще недолив, как способ количественной фальсификации. Недолив слабоалкогольной продукции, например, может осуществляться за счет усиленного образования пены, которое достигается путем добавления различных пенообразователей (к примеру, стиральных порошков) [4].

Молочные продукты стоят на втором месте по фальсификации, сразу после алкоголя. Замена животного жира растительным жиром, разбавление молока водой, добавление крахмала и формальдегида – далеко не полный перечень приемов, к которым прибегают недобросовестные производители. Все это сказывается в первую очередь на здоровье потребителей.

Под видом кофе потребителям предлагают кофейную шелуху, пересыпанную чистыми гранулами кофеина, который в чистом виде вреден для человеческого организма, и продают под торговыми марками «Jacobs», «Nestle», «CafePele».

Значительное количество чая, представленного на полках магазинов, представляет собой смесь низкокачественных компонентов (волокон, дробленых черешков) и старого низкокачественного чая, в т.ч. и спитого [4]. Крашенную в черный цвет щучью икру продают под видом осетровой. Житель Запорожья продавал пассажирам крымских поездов смесь лягушечьей икры с химическим суррогатом под видом красной. Покупатели, употребив продукт, имели расстройство желудка [5].

Однако фальсифицированные продукты питания – нередкий гость и на европейском рынке.

Мясной скандал, разразившийся в Европе в начале 2013 года, продолжается до настоящего времени. Выяснилось, что производители мяса добавляли в свою продукцию конину и свинину, выдавая её за 100 %-ю говядину [6]. 80 % знаменитого итальянского оливкового масла являются подделкой. Согласно предварительным данным следственных органов Италии,

в 80 % случаев речь идет о примитивном фальсификате – большая часть поступающего в продажу под маркой «настоящее итальянское» оливкового масла является смесью самых дешевых его сортов, импортируемых в Италию из-за рубежа. Соблазн мошенников объяснить нетрудно, ведь объемы этого рынка измеряются в миллиардах евро [7].

К сожалению, фальсификация продуктов питания угрожает не только кошельку, но и здоровью потребителей.

Усугубляют ситуацию недостатки законодательства, отсутствие правоприменительной практики и слабое использование самими производителями имеющихся законов. Бороться с подделками сейчас очень сложно. Хотя бы потому, что производство поддельной продукции в основном подпадает под статьи Гражданского кодекса, которые применяются лишь при обращении в суд пострадавшим лицом, и административного, т. е. наказывается штрафами. Есть и уголовная ответственность. Все зависит от размахов производства и размера ущерба, причиненного потребителю, компании производителю или правообладателю. Минимальное наказание – это штраф в размере от одной до двадцати тысяч рублей с конфискацией фальсифицированного имущества. Эти меры распространяются на гражданское лицо. Максимальный штраф для юридических лиц – 100 тысяч рублей (ст.14.33) [8]. Максимально возможное наказание по Уголовному кодексу – до 5 лет лишения свободы с конфискацией имущества в том случае, если производство контрафакта контролируется организованным сообществом и является экономическим преступлением [9].

Можно выделить четыре основных направления противодействия распространению фальсифицированной продукции со стороны производителя:

– техническое – это маркировка продукции защитными голографическими наклейками, что позволит отличить подлинную продукцию.

– информационное – информирование общественности о фактах подделки, способах отличия, последствиях применения поддельной продукции, формирование общественного мнения.

– организационное – развитие авторизованных дилерской сети, объединение усилий добросовестных производителей против фальсификаторов, взаимодействие с государственными и общественными организациями.

– правовое – преследование изготовителей и распространителей поддельной продукции по Закону. Ужесточение наказания за производство и распространение фальсифицированной продукции.

Один из способов борьбы с фальсификацией, признанный во всем мире, – защита торговых марок. Еще в 1996 г. в рамках Европейского союза был введен юридический механизм единой для всех стран-участниц обобщенной марки (marque communautaire), которая должна регистрироваться в Управлении по гармонизации на внутреннем рынке (Office de 1'harmonisation dans le marche interieur – OHMI), расположенном в г. Аликанте (Испания). Регистрация торговой марки в OHMI обходится в 1100 евро, при этом сама процедура

занимает около двух лет, в течение которых изучается представленное досье, осуществляется его перевод на 11 официальных языков ЕС [10].

Потребители же со своей стороны могут повлиять на ситуацию, отказавшись от покупки фальсифицированных продуктов. В случае же приобретения фальсификата, необходимо обратиться в соответствующие инстанции.

Только сочетанием всех видов действий и объединением усилий потребителей и производителей при поддержке законодателей и СМИ можно добиться успеха.

В решении вопроса борьбы с контрафактной, фальсифицированной и некачественной продукцией заинтересованы и государство, и товаропроизводители, и потребители. Возникла необходимость разработать и внедрить долгосрочную стратегию по борьбе с подделками, которая бы предусматривала защиту оригинальной продукции, повышение качества товаров и просвещение потребителей, объединяя при поддержке государства интересы и производителей и потребителей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Николаева М.А., Лычников Д.С., Неверов А.Н. Идентификация и фальсификация пищевых продуктов. – М.: Экономика, 2006. – 108 с.
2. Ларионов В.Г., Скрыпникова М.Н., Проблема фальсификации товарной продукции в России и за рубежом//Маркетинг в России и за рубежом.-2000.-№ 6.-С. 55-57.
3. С. П. Ганин. О практике борьбы с фальсификацией продукции ОАО «ЗЭиМ»// Арматуростроение .- 2005.-№1.-С. 29-33.
4. Блинникова О.М. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров: Учебное пособие. - Мичуринск: МичГАУ, 2007.- 234с.
5. Крашенинин П.Ф. Чем дешевле икра - тем она опасней// Московский комсомолец. – 2009. – № 208. – С. 23.
6. Мясной скандал в Европе в начале 2013 года [электронный ресурс]. Режим доступа: http://ru.wikipedia.org
7. Итальянцы утверждают, что 80 % оливкового масла – фальсификат [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.aif.ru/food/news/105852
8. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 05.04.2013).
9. Уголовный Кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ.
10. Зубченко Л.А.Торговые марки и их фальсификация за рубежом// Маркетинг в России и за рубежом.-2011.- № 5. – С. 46-48.
11. Гражданский кодекс Российской федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ.
12. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 28.07.2012) "О защите прав потребителей".

ЭТИКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

П.Я. Бланк – студентка, **О.В. Борисова** – к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Маркетинговые исследования являются неотъемлемой частью стратегического планирования деятельности предприятия. Развитие маркетинговых исследований позволяет более чётко сформулировать миссию предприятия, определить стратегические и тактические цели, разработать принципы ведения коммерческой деятельности на товарном рынке. О значимости маркетинговых исследований говорят как зарубежные [1], так и российские [2] учёные, разрабатывающие теорию маркетинговых исследований.

Сегодняшнее состояние рынка кожевенных товаров для населения такого, что только 30 % реализуемой обуви и кожгалантереи – продукция российского производства [3], следовательно, российским предприятиям необходимо проводить стратегию импортозамещения [4]. Для разработки данной стратегии надо проводить исследование потребительского рынка, важной стороной которых является этика проведения исследований. Важно провести опрос таким образом, чтобы не унизить чувства профессионализма у представителей предприятий-изготовителей, не оскорбить чувство собственного достоинства у опрашиваемого населения.

Предприятие может проводить всевозможные опросы, анкетирование своих клиентов, чтобы учесть желание каждого покупателя.

Этика, как теоретическое учение о морали, применительно к маркетингу означает совокупность нравственных норм и принципов, которым должны следовать производственные, торговые и другие компании в своей деятельности. Если правильно продумать рекламу продукту, который производит предприятие, можно очень хорошо повысить популярность и прибыль предприятия, но также можно и все испортить, поэтому нужно применять этику маркетинговых исследований, чтобы на психологическом уровне понимать всю важность рекламы [2].

Любые формы маркетинга часто позиционируются в умах потребителей как обман. Это само по себе странно. Ведь классический маркетинг предполагает своей целью удовлетворение человеческих потребностей, что уже исключает возможность недобросовестной деятельности, так как покупатель желает получить именно то, что он желает. Значит, подобное восприятие обусловлено практической деятельностью конкретных субъектов бизнеса, которая строится таким образом, что не вызывает доверия у людей, более того, может казаться безнравственной.

Каждое предприятие и менеджер по маркетингу должны выработать для себя определенные нормы социальной ответственности и этики. Если предприятие следует принципу деятельности на благо всего общества, то

каждый ее менеджер должен не только действовать в рамках закона и принятых норм деловой практики, но и демонстрировать глубокую личную порядочность, корпоративную сознательность и заботу о благополучии потребителя. Такая четкая и продуманная позиция поможет менеджеру по маркетингу справиться с многочисленными сложными проблемами, как в маркетинге, так и в других случаях человеческой деятельности.

Важно, чтобы маркетинговая функция по рекламированию обеспечивала потенциальных покупателей или клиентов корректной информацией без искажений сути. При этом считается неэтичным порочить конкурентов, а следует приводить только честные сравнения. Но всегда есть соблазн переоценить качества собственного продукта и умалить достоинства продукта конкурента. Поскольку клиент располагает обширной информацией из разных источников, то неверная презентация будет для него очевидной, вызовет недоверие к вашей рекламе и снизит имидж компании.

Особым этическим аспектом маркетинга является честность и добросовестность продавца или другого лица, представляющего товар. Если продавец нечестен и недобросовестен при работе с клиентами, могут возникнуть проблемы. Следовательно, если он сумеет установить прочные дружеские отношения с клиентами, они будут достаточно часто посещать его магазин. В противном случае они будут избегать заключать с ним сделки, а также расскажут о его нечестности своим соседям и знакомым. Известно, что люди имеют склонность с большей готовностью делиться с другими негативными новостями, чем хорошими. Таким образом, продавец должен всегда вести дела, руководствуясь этическими нормами бизнеса.

Главной ценностью предприятия должна быть целостность её действий, то есть и удовлетворение потребностей клиентов, и получение прибыли, и нравственно верное поведение. Именно на основе такого единства возможен долговременный успех фирмы.

Однако, к сожалению, подход «хорошая этика – хороший бизнес» по большей части остаётся достаточно редким и трудно достижимым. На мой взгляд, отдельные субъекты рынка, следуя этическому подходу «Если ты не слишком умён и веришь в то, что тебе говорят, – это твоя личная проблема», ставят под удар общепризнанную форму маркетинга, задерживают её развитие. Клиенты, обманутые однажды, будут долго относиться подозрительно к любым попыткам узнать их личные, индивидуальные потребности и удовлетворить их. А значит, для становления цивилизованного прямого маркетинга необходимо действующим на рынке компаниям честно и с соблюдением нравственных позиций проводить в жизнь маркетинговые мероприятия, доходящие до конечного потребителя, учитывающие его мнение, тем самым заставляя другие компании уходить с рынка, либо принимать общие правила «игры». В итоге, будет меняться уверенность потребителя в том, что директ-маркетинг и мошенничество – синонимы.

Итак, формирование этики маркетинга, учитывающего моральные нормы, процесс сложный, но объективно необходимый. И хотя некоторые критики

считают, что многие компании только хотят казаться этичными, а не быть таковыми, даже такая позиция, вероятно, приведёт к успеху. Важно, чтобы кантовский принцип «Относись к человеку всегда как к цели и никогда как к средству» не устарел, а, напротив, стал классическим принципом российского маркетинга.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002.
2. Голубков В.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. Учебник. – М.: Финпресс, 2010.
3. Кожевенная промышленность. – URL: http://www.rb.ru/inform/60057.html
4. Пшенник Ю. Маркетинг импортозамещения. – URL: http://www.neg.by/publication/2012_01_27_15636.html

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

М.В. Щербинина – студентка, **О.В. Борисова** – к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Проблемы стабилизации и развития потребительского рынка России в современных условиях приобретают особую значимость. Это обусловлено, прежде всего, местом и ролью потребительского рынка в системе воспроизводства, обеспечении связи производства и потребления, сбалансированности спроса и предложения. При переходе России к рыночным отношениям получили интенсивное развитие региональные рынки. Заинтересованность государства в сбалансированном развитии региональных рынков очевидна, однако выработать эффективные рекомендации по регулированию этого процесса возможно только на основе серьезных маркетинговых исследований.

Одним из сегментов рынка непродовольственных товаров является рынок текстильной продукции. Его развитие обусловлено основополагающими факторами: наполнением емкости и спросом на текстильную продукцию. В ассортименте текстильной продукции наибольший удельный вес занимают натуральные ткани. Именно натуральные ткани пользуются повышенным спросом, так как обладают высокими положительными потребительскими свойствами.

За последние годы произошли существенные изменения в сфере российского текстильного рынка. Их причиной стали резкий спад

отечественного производства и снижение уровня жизни населения. Это привело к сокращению платежеспособного спроса и сужению потребительского рынка.

Одновременно с этими изменениями наблюдается расширение товарного предложения за счет импорта, обновления ассортимента и повышения качества продукции отечественных производителей. Следовательно, развивается конкуренция. Но наряду с этим отмечается несоответствие предложения продукции структуре спроса населения. Такое состояние рынка диктует необходимость принятия мер по его стабилизации и дальнейшему развитию. Для этого предприятиям текстильной промышленности необходимо проводить комплексное исследование показателей, характеризующих конъюнктуру рынка.

Главной целью проводимого исследования является комплексное исследование текстильного рынка юга Сибири и выявление его особенностей.

По виду экономической деятельности «Текстильное и швейное производство» выпуск текстильной продукции и готовых швейных изделий в Алтайском крае осуществляют: ЗАО БМК «Меланжист Алтая», ООО «Спецобъединение-Сибирь», ООО «Алтайский трикотаж», ООО «Лакаса-Тэкс», ООО «Сибирский текстиль», ЗАО «Швейная фабрика» (г. Рубцовска), ЗАО «Горняцкая швейная фабрика», ООО «Бийский льнокомбинат».

ООО «Алтайский трикотаж» образовано на базе одного из старейших предприятий легкой промышленности Алтайского края – Барнаульской трикотажной фабрики, с 2003 года входит в состав группы «СПТК». ООО «Трикотаж плюс» специализируется на выпуске спортивного ассортимента: брюк спортивных из различного сырья (хлопка, полушерсти, шерсти, полиамида), спортивных джемперов, нательного белья, водолазок, футболок и маек, шапок и шарфов. Также выпускается верхний ассортимент: полушерстяные жакеты, джемпера, водолазки. Продукцию любят и покупают в Ханты-Мансийском АО, Томской, Омской, Новосибирской, Кемеровской областях, Красноярском крае, в Хакасии.

У предприятия имеется производственная база для выпуска фирменной одежды, в том числе с нанесением логотипа и фирменного знака, изготовления нестандартных трикотажных изделий под заказ. Также оказываем услуги по вязанию, крашению, раскрою полотна из различных видов сырья.

В 2011 году положительную динамику по объему производства трикотажной продукции показало ООО «Алтайский трикотаж»: общий объем выпускаемой продукции за 2011 г. составил 125 % к уровню 2010 г. и 185 % к уровню 2009 г.

Такой рост стал возможен благодаря планомерной модернизации производства за счет установки инновационного оборудования для вязания трикотажного полотна, его последующего крашения, стабилизации и отделки. В течение 2012 г. наблюдалось относительное снижение темпов производства, однако в целом за год произведено на 10% больше продукции, чем в 2011 г.

Проведя маркетинговое исследование рынка продукции текстильной промышленности, можно сделать следующие выводы: анализ российского текстильного рынка позволил сформулировать основные проблемы, определяющие особенности его исследования: нехватка отечественного

натурального сырья и резкий спад; большое количество импорта, поступающего из стран азиатско-тихоокеанского региона; нелегально ввезенная продукция; несоответствие предложения структуре спроса населения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Россия и страны мира. Статистический сборник , 2010. - URL: http://www.gks.ru
2. Текстильное и швейное производство в Алтайском крае. - URL: http://www. altairegion22.ru
3. Текстильное и швейное производство в Алтайском крае. - URL: http://www.alt-prom.ru

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТЕКСТИЛЬНЫХ ТОВАРОВ

Е.С. Шишкина – студентка, **О.В. Борисова** – к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Актуальность темы, обусловлена изучением этапов жизненного цикла товара. Это связано в первую очередь, с финансовой стороной деятельности организации. От того на какой стадии находится товар, зависит объем прибыли, объем капитальных вложений, объем расходов на маркетинг, степень конкуренции, цены, поведение покупателей и их отношение к товару.

Исходя из этого, была поставлена следующая цель: исследовать состояние рынка на различных этапах жизненного цикла текстильных товаров и возможные маркетинговые стратегии.

В ходе исследования решены следующие задачи:

– рассмотрена концепция жизненного цикла товара, изменение конкурентной и экономической среды на различных этапах жизненного цикла;

– изучены маркетинговые стратегии, используемые на различных стадиях жизненного цикла товара.

Американский ученый Vernon разработал теорию жизненного цикла продукта, которая описывает изменения вида и продолжительности жизненного цикла продукта в зависимости от размещения производственных комплексов.

Жизненный цикл товара – одна из теорий, широко используемых в маркетинге, суть, которой заключается в том, что период выпуска и продажи товара разбивается на несколько этапов, на каждом из которых товар надо по-разному рекламировать, продавать и менять на него цену [1].

Концепция жизненного цикла товара исходит из того, что любой товар рано или поздно вытесняется с рынка другим, более совершенным или дешёвым товаром. Могут быть товары-долгожители, но вечного товара нет. Концепция жизненного цикла товара может применяться в отношении вида продукции,

конкретной модели и торговой марки. Тип и особенно конкретная модель продукции обычно более чётко следуют традиционному жизненному циклу, чем вид продукции или торговая марка[1].

Информация о жизненном цикле товара, безусловно, актуальна, так как она важна для предприятия, выпускающего товар, прежде всего при изучении рынков, а также при планировании своей деятельности.

В современной теории маркетинга выделяют несколько этапов жизненного цикла товара: этап внедрения на рынок, этап роста, этап зрелости, этап спада [2, 3]. Организация, выпускающая широкий ассортимент продукции, работает одновременно на нескольких рынках с продукцией, находящейся на разных этапах, поэтому главной задачей становится проведение маркетинговых исследований на рынке конкретной продукции. Рассмотрим это на примере ЗАО БМК «Меланжист Алтая», предприятии, работающем на рынке текстильной продукции с 1934 г.

Этап внедрения на рынок характеризуется появлением товара на рынке. Однако на этой стадии наблюдается медленный рост производства, так как потребители слабо информированы о новом товаре в связи с высоким расходом на рекламу и мероприятия по стимулированию сбыта. На этом этапе находится ткань С32 БЮ «Шахтер», предназначенная для пошива рабочей одежды. Маркетинговые исследования должны быть направлены на поиск швейных предприятий, производящих рабочую одежду для горняков или исследование внутренних резервов предприятия – возможностей его швейного цеха производить необходимую одежду по заявкам угольных компаний.

Этап роста характеризуется увеличением объема продажи, прибыльностью, снижением расходов на маркетинг, стимулирование объема сбыта и рекламу. На этом этапе находится продукция, выпускаемая на совместном российско-узбекском предприятии СП «Баркатекс» по производству махровых полотенец. Продукция получила призы Всероссийской оптовой ярмарки за качество махровых тканей, а также других новинок - разряженной бязи, брезента, ткани для шлифшкурки, ткани «рип-стоп» с армированными нитями. Задачей маркетинговых исследований на данном этапе является поиск партнёров для формирования каналов сбыта продукции.

Этап зрелости характеризует продолжающееся расширение рынка и абсолютное увеличение, максимизацию оборота товара. Однако объёмы сбыта могут снижаться. Цель маркетинга – максимальное продление этапа зрелости. Маркетинговые исследования показали: во-первых, несмотря на хорошее качество ткани, дизайнерское решение (рисунки) не всегда интересны. В целях сохранения устойчивого положения на рынке БМК должен проводить следующие мероприятия: создание новых рисунков, упаковки, снижение цены на товар.

Во-вторых, продукция Барнаульского Меланжевого Комбината не представлена в массовых торговых сетях города. Поэтому необходимо внедрить новые методы обслуживание покупателей и заключить контракты с оптовыми и розничными торговыми посредниками. Целесообразно в крупных торговых центрах открыть свои фирменные отделы.

На этапе спада происходит насыщение рынка, и темпы роста продаж начинают снижаться. В данный период организации важно вовремя определить момент замедления темпов роста производства, чтобы перейти к осуществлению новых стратегий маркетинга. Рассмотрим, какие стратегии маркетинга на данном этапе могут быть использованы организацией:

- стратегия «Модификация рынка». Организация может увеличить число покупателей «зрелых» марок товаров, оперируя двумя составляющими, которые определяют объём продаж – число потребителей марки и интенсивность потребления одного потребителя:

- стратегия «Модификация продукта». Стратегия повышения качества направлена на совершенствование функциональных характеристик товара – его долговечности, надёжности, эстетических показателей.

- «стратегия улучшения свойств» направлена на придание товару новых свойств, делающих его более универсальным, безопасным или удобным.

- «стратегия улучшения внешнего оформления» заключается в том, что она способствует выделению товара, придания ему черт уникальности и завоеванию приверженности потребителей. Эта стратегия наиболее всего подходит для текстильной продукции.

Проведенные исследования позволяют утверждать, что управление жизненным циклом товара является одной из главных стратегий рыночной борьбы. Контролируя наступление определенной стадии жизненного цикла, предприятие может добиться длительного или, наоборот, короткого пребывания его товара на рынке.

На этом этапе ЗАО БМК «Меланжист Алтая» может принять конкретные меры по продлению жизни товара. Например, осуществлять интенсивную рекламу, изменить упаковку комплектов постельного белья, адаптировать существующую систему сбыта к рыночным условиям.

Исследования показывают, что трудно предсказать, когда начнется следующая стадия, как долго она продлится и каких уровней достигнет в следующей стадии сбыт. Нужно выбрать правильный момент для выхода на рынок с новым продуктом. Кроме того, для организаций, предлагающих потребителям различные продукты, желательно, что бы эти продукты находились на разных стадиях жизненного цикла.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мильнер Б. З. «Теория организации» — М.: Инфра-М, 2001 г. 480с.
2. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002.
3. Соловьев, Б.А. Управление маркетингом – модульная программа: книга 1. – М.: Инфра-М, 2009.
4. Развитие Барнаульского меланжевого комбината [электронный ресурс]. – URL: http://www.bmk-textile.ru/

ПИЩЕВЫЕ ДОБАВКИ В СОВРЕМЕННОЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ВРЕД ИЛИ ПОЛЬЗА

Е.Е. Копытова, А.Р. Муминова – студентки, **Н.Н. Величко** – ст. Преподаватель
Алтайский государственный аграрный университет (г. Барнаул)

Вещества, добавляемые в продукты питания для улучшения их внешних качеств, вкуса, для увеличения срока хранения называют пищевыми добавками, и тема, касающаяся пищевых добавок, очень актуальна в наше время.

Сейчас уже практически невозможно купить продукт в упаковке без различного рода синтетических стабилизаторов, эмульгаторов или красителей. Хорошо, если это относительно безопасные пищевые добавки, но таких добавок несколько десятков. А всего их больше тысячи и с каждым годом появляются новые.

По определению экспертов Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), пищевыми добавками называются натуральные или искусственно полученные вещества, которые специально вводятся в продукты питания, чтобы улучшить их потребительские свойства (вкус, цвет и аромат) и увеличить сроки их хранения.

Пищевые добавки в пищевой промышленности применяются с целью увеличения товарооборота, сроков хранения пищевых продуктов и выполняют разные функции, именно на этой основе они делятся на группы.

Первая группа – это пищевые добавки, обеспечивающие необходимый внешний вид и органолептические свойства продукта:

– улучшители консистенции;
– пищевые красители;
– ароматизаторы;
– вкусовые вещества.

Вторая – пищевые добавки, предотвращающие микробную или окислительную порчу продуктов (консерванты):

– антимикробные средства: химические, биологические;
– антиокислители (антиоксиданты), препятствующие химической порче, – связанной с окислением компонентов пищевых продуктов.

Третья – пищевые добавки, необходимые в технологическом процессе производства пищевых продуктов:

– технологические пищевые добавки: разрыхлители теста, желеобразователи, пенообразователи, отбеливатели и др.;
– улучшители качества пищевых продуктов.

Все пищевые добавки обозначаются буквой Е и трехзначным номером, т.к. у многих пищевых добавок слишком длинные химические названия, и их трудно разместить на небольшой этикетке или упаковке. Поэтому Европейским союзом разработана международная система цифровой кодификации пищевых добавок. В этой системе каждой добавке соответствует трех- или четырехзначных код.

С медицинской точки зрения, пищевые добавки человеческому организму не нужны.

Исключением могут быть добавки из природных продуктов, бета-каротины, витамины группы С, В и Е, которые используют для витаминизации молочнокислых продуктов, преимущественно в зимнее время.

Сегодня, пищевые добавки производят в химических лабораториях из нефти, газа, каменного угля и другого химического сырья.

Пищевые добавки, поступающие в организм, как правило, не являются нейтральными. Их воздействие зависит от биологической активности, количества и частоты поступления, способности накапливаться. Иногда малые дозы вещества при частом их употреблении, могут оказаться для организма более опасными, чем большие, но редко потребляемые.

Ученые провели исследования, после которого выяснилось, что человек, употребляющий продукты питания промышленного производства, съедает в год до 3-х кг чужих для организма веществ. Нормы пищевых добавок, которые разрешаются учеными и институтами питания, весьма относительны. Нельзя сказать, что съедая каждый день определенное количество добавок, мы не превышаем норму, т.к. добавки имеют свойство накапливаться в организме.

Государственное агентство по пищевым стандартам Великобритании (FSA), проанализировав недавние исследования ряда красителей, проведенные сотрудниками университета Саутгемптона, рекомендовало производителям отказаться от использования этих красителей, а родителям исключить из рациона детей продукты, содержащие красители: Е102, Е104, Е110, Е122, Е124, Е129.

Результаты исследования доказывают, что прием продуктов питания, содержащих ряд синтетических красителей, приводит к повышению гиперактивности у детей.

Исследование заключалось в том, что половине детей, из 153 трехлетних ребенка и 144 восьмилетних детей, принимавших участие в исследовании, ежедневно на протяжении шести недель давали напитки, содержащие пищевые красители и консервант бензонат натрия. Другая группа детей употребляла фруктовые соки.

У детей потребляющих напитки с красителями значительно повышался уровень гиперактивности. Они были более подвижны, импульсивны и невнимательны.

После анализа результатов исследования FSA провело совещание с представителями пищевой промышленности Великобритании, чтобы совместно обсудить полученные результаты и рекомендовать производителям отказаться от использования указанных красителей в пищевой промышленности.

Проблема еще и в том, что сегодня практически невозможно купить действительно экологически чистые продукты, не содержащие никаких вредных для здоровья добавок. Самые популярные продукты питания часто вредят нашему здоровью. Но некоторые продукты питания содержат особенно большое количество вредных добавок.

Вот список десяти самых популярных вредных продуктов питания:

1. Жевательные резинки, сладости состоят, в основном, из пищевых добавок: подсластителей и сахарозаменителей, стабилизаторов, загустителей и желирующих, эмульгаторов, антиокислителей (антиоксидантов) и пищевых красителей. Поэтому эти изделия вряд ли можно даже назвать продуктами питания.

2. Вареные, колбасы, сосиски, сардельки и мясные фарши содержат консерванты, стабилизаторы, загустители, эмульгаторы, антиокислители, красители, ароматизаторы.

3. Копченое мясо и рыба, копченые и полукопченые колбасы содержат консерванты, стабилизаторы, загустители, эмульгаторы, антиокислители, пищевые красители, ароматизаторы.

4. Йогурты.

5. Чипсы и картофель "Фри" одни из самых вредных продуктов питания.

6. Мороженное. Многие виды мороженного содержат красители, стабилизаторы, загустители, эмульгаторы, ароматизаторы.

7. Напитки. Наиболее опасные – безалкагольные Кока-Кола, Спрайт, Пепси и энергетические напитки. Наиболее опасные добавки, которые входят в их состав: различные синтетические сахарозаменители, пищевые консерванты, эмульгаторы, ароматизаторы.

8. Соусы. В состав многих соусов входят: пищевые консерванты, стабилизаторы, загустители, эмульгаторы, пищевые красители, ароматизаторы и т.д.

9. Сухарики.

10. Шоколад.

Многие пищевые добавки, оказывают негативное воздействие на организм и являются действительно чрезвычайно опасными. Они, например, распадаются при определенных условиях (при температуре человеческого тела, или под воздействием желудочного сока) на токсичные компоненты. Вред многих синтетических добавок проявляется при химических реакциях с другими продуктами питания.

Поэтому, возможные проблемы при ежедневном употреблении в пищу продуктов, содержащих различные добавки – это расстройство желудка, обезвоживание, болезни почек и печени, каменно-почечная болезнь, заболевания желудочно-кишечного тракта, аллергические проявления, кожные заболевания, повышение уровня холестерола в крови, развитие слабоумия, а например, пищевые красители и стабилизаторы провоцируют возникновение и развитие злокачественных опухолей.

Некоторые вредные пищевые добавки, содержащиеся в популярных продуктах питания, вызывают привыкание. В особенности это относится к глутамату натрия (Е 621) – самому популярному усилителю вкуса, который присутствует буквально везде – в продуктах фаст-фуда, чипсах, колбасах, мясных полуфабрикатах, соусах, супах быстрого приготовления и т.д. Эта пищевая добавка является токсином, возбуждающим нервную систему,

способным вызвать серьезные негативные последствия (особенно для детского организма): повреждения зрения и головного мозга, аллергические реакции.

Привыкание вызывает и такой вредный заменитель сахара, как аспартам (Е 951). В то время как все исследования, финансируемые промышленностью, пришли к выводу, что аспартам безопасен, практически все независимо финансируемые исследования пришли к выводу о том, что аспартам может вызывать целый ряд опасных заболеваний, от болезни Альцгеймера (в результате разрушения нервных клеток) до мужского бесплодия.

Кроме того, существует около 200 добавок, которые у нас хотя и не запрещены, но и не разрешены, поскольку еще недостаточно изучены. К тому же и среди разрешенных добавок немало таких, которые могут оказывать на организм побочное воздействие.

Первое, что стоит сделать всем, кто заботится о своем здоровье – отказаться от употребления самых вредных продуктов питания, содержащих вредные добавки.

Второе, свести употребление таких продуктов к минимуму.

Третье, чтобы не навредить своему здоровью, надо знать какие добавки содержатся в покупаемых продуктах и как они влияют на здоровье человека.

ПРОБЛЕМА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

А.А. Зайцева – студентка, **В.М. Голубева** – ст. преподаватель, **Ю.А. Филатов** – к.т.н., доцент. ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

В современном профессиональном образовании и профессиоведении исходным концептуальным понятием выступает "профессия", первоначальным и основным определением которой является занятие, требующее специальной подготовки, и которое служит человеку источником средств к существованию. Согласно мнению ряда исследователей профессия – это система профессиональных задач, форм и видом профессиональной деятельности, профессиональных особенностей личности, могущих обеспечить удовлетворение потребностей общества в достижении нужного обществу значимого результата продукта.

Практически во всех работах, связанных с профессиональным становлением, структурная характеристика подготовки специалиста, помимо освоения системы профессиональных знаний, умений и навыков, дополняется когнитивными способностями, формированием качеств личности и форм профессионального поведения.

Понятие "специалист", основываясь на той или иной идее, на разных этапах исследования имело различное толкование в педагогике. Несомненно, в это понятие, прежде всего, входит приобретение профессиональных знаний, умений, навыков в соответствующей сфере реальности.

Процесс подготовки специалиста, разработка учебно-программной документации представляет собой следующие этапы:

1. Общий для всех специалистов.

2. Разработка модулей содержания обучения для специальности.

3. Разработка содержания учебных предметов учебных предметов, видов практики и завершающих форм обучения.

4. Составление и оформление учебного плана.

5. Разработка и оформление учебных программ.

6. Разработка компонентов профессиональной деятельности специалиста по специальности, специализациям и профиля.

В настоящее время формирование личности студента как творчески активного и социально зрелого человека получает приоритет перед обучением, потому мы присоединяемся к мнению о том, что принцип воспитывающего обучения заменяется на принцип обучающего воспитания.

Компетенция-совокупность взаимосвязанных качеств личности, задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов, и необходимой для качественной продуктивной деятельности по отношению к ним.

общим результатом внедрения этих подходов должно быть повышение качества профессиональной подготовки специалистов.

Условиями повышения качества подготовки специалистов рассматриваемая:

– компетентностный подход к проблеме профессиональной подготовки студентов и идею формирования профессионально-коммуникативной компетенции как одной из ключевых компетенций в их подготовке;

– педагогическое проектирование учебных курсов как системообразующий принцип формирования профессионально-коммуникативной компетенции студентов.

УПАКОВКА ТОВАРОВ И ПРОБЛЕМА ЗАГРЯЗНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Т.С. Симиренко – студентка, **Н.Н. Величко** – ст. преподаватель,
Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул

Мы ежедневно ходим в магазин, и мир вокруг вас сразу изменяется. Мы тут же превращаемся в активного потребителя и попадаем в атмосферу, возбуждающую наши чувства и желания. Сотни и тысячи разных товаров борются за то, чтобы привлечь наше внимание и заставить нас поверить в то, что они обещают.

Проходя по магазину, мы находимся среди упаковок – ярких, привлекающих внимание, оригинальных, облегчающих использование содержимого, информативных, помогающих понять, что нам нужно.

Исторически сложилось так, что именно упаковка сделала возможным принцип самообслуживания; в свою очередь, благодаря магазинам самообслуживания возросло количество и разнообразие товаров, а значит и множество упаковок из всевозможных материалов.

Сегодня на рынке представлены различные виды упаковок: бумажная, деревянная, металлическая, стеклянная, полимерная. Последние несколько лет наблюдаются стабильный рост производства упаковки, по некоторым оценкам – до 20 % ежегодно. Из этого числа около 50 % приходится на полимерную упаковку (рисунок 1).

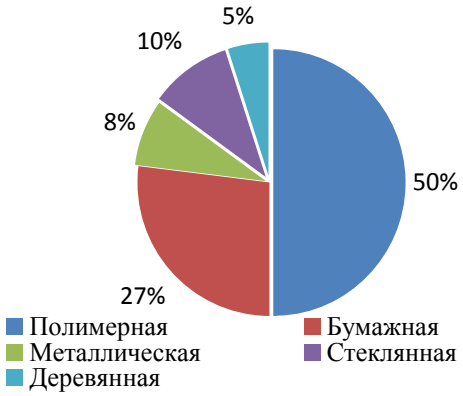


Рисунок 1 – Структура видов упаковки

Несомненно, на сегодняшний день упаковка стала неотъемлемой частью современной жизни и значимость упаковки велика, так как перемещение большинства товаров из сферы производства в сферу потребления практически невозможно без упаковки.

В настоящее время, но, к сожалению, не каждый понимает важность экологической проблемы, которая так или иначе связана с упаковкой.

Ежедневно каждый человек используют около десятка упаковок и выбрасывают их ежегодно сотнями. В Соединенных Штатах упаковки

составляют около 43 млн. тонн выбрасываемого мусора. Что касается России, то эта цифра составляет около 50 млн. тонн в год.

Никакой другой мусор – ни 13 млн. тонн пищевых отходов, ни 31 млн. тонн скошенной травы и веток, ни 14 млн. тонн газет и журналов – не вызывает такого ощущения расточительства, как использованные упаковки.

2013 год объявлен в России и странах СНГ Годом экологической культуры. Соответствующее постановление в конце декабря подписал Президент России Владимир Путин. Сегодня улучшение экологии невозможно без кардинального пересмотра подхода к методам производства, без учета его влияния на экологию, здравоохранение, природопользование.

С тех пор как появились упаковки, на них всегда был спрос, и потому технология их изготовления постоянно совершенствуется.

К современным упаковочным материалам относятся: фото-, био- и водоразлагаемых упаковок, называемых саморазлагающимися.

Саморазлагающиеся полимеры производятся в основном из растительного сырья, содержащего полисахариды, например, целлюлозу или крахмал. Существуют также технологии производства таких полимеров из отходов предприятий по переработке сельскохозяйственных культур.

Данные полимеры по свойствам не уступают традиционным пластикам.

Но, к сожалению, производство и применение такой упаковки возможно не для всех видов товаров. К тому же оно обойдется производителям гораздо дороже, что соответственно скажется на ценах. Поэтому стимулировать производителей к выпуску саморазлагающейся упаковки, а пищевиков упаковывать в нее свою продукцию способны только законодательно закрепленные механизмы, в том числе экономические. Но таких законов в России пока не существует.

Вывезенные на свалки эти материалы под воздействием различных факторов окружающей среды превращаются в низкомолекулярные соединения, в фоторазлагаемых полимерных упаковочных материалах это происходит за счет воздействия солнечных лучей; в биоразлагаемых – ферментов, содержащихся в грибах и бактериях почвы; в водоразлагаемых – влаги. Такие материалы не наносят вред ни природе, ни здоровью человека.

Поэтому, применение современных полимерных, позволит частично решить проблему утилизации пластиковых отходов и защитить окружающую среду от загрязнений.

Но экологи бьют тревогу о вреде, который наносят ТБО окружающей среде. Практически все применяемые способы утилизации крайне отрицательно сказываются на ее состоянии.

Один из самых распространенных – сжигание. Большинство упаковочных материалов при горении выделяют в окружающую среду токсичные газы, а при втором – захоронении на свалках, ТБО не разлагаются в почве более 100 лет. Это приводит к возникновению таких экологических проблем, как загрязнение атмосферного воздуха, почвы и грунтовых вод, просадка грунта, эпидемиологическая опасность. Кроме вышеназванных сжигание и захоронение твердых бытовых отходов имеют и другие недостатки. Во-первых,

уничтожается ценнейшее полимерное сырье, зачастую мало изношенное, которое при грамотном подходе может принести пользу народному хозяйству. Во-вторых, огромные территории, отводимые под свалки, отторгаются от полезного использования.

Еще один способ избавления от использованных упаковок, он же наиболее эффективный – вторичная переработка твердых бытовых отходов. Это выгодно и с экономической, и с экологической точки зрения.

В Европе, например, вторичная переработка ПЭТ-бутылок поставлена на государственную основу. Для стран СНГ утилизация использованной ПЭТ-тары является экологической проблемой. Хотя ПЭТ-бутылка является экологически чистой, при сжигании полиэтилентерефталат выделяет большое количество канцерогенов. Более безопасным и намного более выгодным выходом является переработка использованной ПЭТ-тары. В Англии на сегодняшний день перерабатывается 70 % ПЭТ-бутылок, в Германии – 80-85 %, в Швеции – 90-95 % (это самый высокий показатель в Европе) (рисунок 2). Принцип государственного регулирования переработки ПЭТ-тары состоит в том, что ее производители платят специальный налог, в который заложена стоимость будущей переработки.

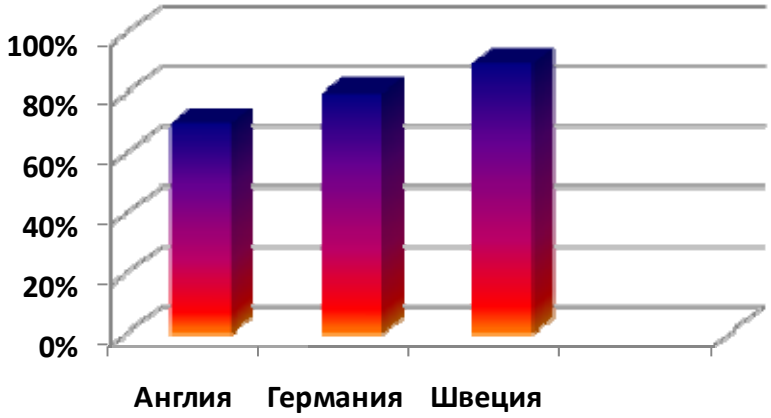


Рисунок 2 – Утилизация использованной ПЭТ-тары в европейских странах

У нас же пока такая практика отсутствует. Отечественные ученые разработали технологии переработки вторичного полимерного сырья и сырья из смешанных отходов. Из уже использованной тары можно получить сырье для производства подобной упаковки, а также различные нефтепродукты, используемые в промышленности.

Данная система основана на сортировке мусора самими потребителями на отдельные группы и сбор в контейнеры, установленные в определенных местах.

Утилизация ТБО необходима и в Алтайском крае и первые шаги к утилизации ТБО были сделаны авторским коллективом АлтГТУ им. Ползунова во главе с преподавателем А. Малыгиным. Они разработали полный комплекс по переработке твердых бытовых отходов. Данный проект стал победителем

конкурса на соискание гранта Администрации г. Барнаула в области науки для молодежи в 2012г.

Упаковка – это еще и культурное явление и поэтому зависит от особенностей культуры конкретной страны.

Решением проблемы утилизации и загрязнения ОС твердыми бытовыми отходами будет строительство комплекса по переработке ТБО, принятие Программы обращения с ТБО на региональном уровне, финансируемую, хотя бы, частично региональным бюджетом.

Кроме того, необходима информационная работа с населением, чтобы вовлечь его в сбор упаковочной тары, а также уделять внимание экологическому воспитанию граждан.

Взрослые должны приучать своих детей с малых лет бережно относиться к природе и сами быть для них примером: не выбрасывать из окон автомобилей, электричек пустые бутылки, не мусорить в лесу, парке, в общественных местах. А на отведенных территориях сбора мусора, поставить специальные контейнеры с надписью «Для пластиковой упаковки».

ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ КОНСТРУИРОВАНИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЯ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Н.С. Дрынова – студентка, **В.М. Голубева** – ст. преподаватель, **Ю.А. Филатов** – к.т.н., доцент. ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Институт текстильной и легкой промышленности, г. Барнаул

Реальные условия работы современного дизайнера требуют от него не только определенного объема знаний, но и умения ориентироваться в потоке информации, обобщать и систематизировать ее, находить ей практическое применение.

В настоящее время специалист легкой промышленности должен владеть не только общенаучными теориями, законами периодической изменчивости, пластических характеристик костюма, механизмами взаимосвязи всех его компонентов, но и уметь наблюдать, планировать, анализировать, предсказывать и выбирать устойчивые архетипы моды и их устойчивые модификации.

Поэтому умение создавать одежду представляется способностью, а не специальностью, поскольку она связана с особым проектным складом ума, и психосоциальной стадией развития личности.

Проведенное в рамках учебной работы исследование профессиональных знаний и навыков студентов специальности «конструирование швейных изделий» показал, что будущих специалистов в области индустрии моды можно условно разделить на две группы.

Это те, кто в достаточной степени владеют художественными навыками, способностями обращаться к форме, как к инструменту реализации творческого процесса, использовать механизм предметного манипулирования формой, прогнозировать чистоту силуэтных и конструктивных линий, выявлять некоторое постоянство признаков, позволяющее работать вариативно с перспективой выхода на авторское творчество. И те, кто в большей степени владеет абстрактно-геометрической формой проектирования одежды-чертежа конструкции, изготовление комплекта лекал, математические расчеты при построении конструкции.

Процесс трансформации художественной идеи в графическую развертку поверхности, а затем, в реальный объект занимает центральное место в проектно-конструктивной деятельности специалиста в области конструирования и моделирования одежды.

Большую роль в данном процессе играет способность к критическому анализу и пересмотру принятых позиций, т.е. рефлексивность мышления.

Рефлексивность – это мышление о самом процессе мышления, способность проверять, анализировать и оценивать свои рассуждения, а это свойственно человеку с высоким уровнем самопознания и дифференцированным мышлением, что является показателем самосознающей стадии развития Эго.

А это позволяет сделать вывод о том, что личностные качества специалиста определяется как основополагающие, базовые.

В структуре профессионально-коммуникативной компетенции специалиста конструктора-модельера, так же как и у специалистов в любой другой области позволяет выделить следующие взаимодополняющие компоненты:

Специальные компетенции это – подготовленность к выполнению профессиональных функций, т.е. знания и умения.

Коммуникативные компетенции – т.е. владение технологией общения (компьютерное общение)

Специальную компетенцию будем рассматривать, как функциоональную, а личностную, как экстрафункциональную.

Все выше сказанное позволяет сформулировать: профессионально-коммуникативная компетенция специалиста в области моделирования и конструирования одежды – это система взаимодействия экстрафункциональной и функциональной компетенций, позволяющая выполнить процесс

трансформации художественной идеи в графическую развертку поверхности, а затем в реальный объект.

СОДЕРЖАНИЕ

Новикова Д.Е. , Старухина О.С., Ким Л.М.
ИДЕНТИФИКЦИЯ ШЕРСТЯНЫХ И СМЕСОВЫХ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ ……..……3
Ачимова А.В., Тумбаева Н.В.
ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ «АССОЛЬ» ДЛЯ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ…...7
Шумилова Д.С., Кухарева О.Н.
ЭКОТКАНИ. ВТОРОЕ РОЖДЕНИЕ …….12
Табачкова Е.Ю., Борисова О.В.
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО……...…14
Самойлова К.А., Чижикова Н.В.
МЕТОДЫ ТВОРЧЕСТВА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ КОНСТРУИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ…..17
Кононова А.С., Фатеева Н.М.
ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАБОТЕ СПЕЦИАЛИСТА……..….26
Маликова Е.А., Макушева Г.Н.
СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ……....30
Копылова М.С., Епрынцева Л.И.
РАЗВИТИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ ……...….33
Андриенкова Н.А., Андронова Н.С.
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «БАРНАУЛЬСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»……...….35
Воропаева А.М., Величко Н.Н.
ПРОБЛЕМЫ ПИТАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ СТУДЕНТОВ…….....….39
Гуляева М.Б., Морозова С.В.
ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ МОЛОДЕЖИ …….....42
Михолап Е.Н., Морозова С.В.
АСПИРАНТУРА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ……..….47
Есипенко И.В., Копылова С.А.
САПР – НОВАЯ СРЕДА ПРОЕКТИРОВАНИЯ…….. 51
Иванова Е.В., Величко Н.Н.
ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ – МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОБЛЕМА ……...…56
Бланк П.Я., Борисова О.В.
ЭТИКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ…….60
Щербинина М.В., Борисова О.В.
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ …….....62
Шишкина Е.С., Борисова О.В.
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТЕКСТИЛЬНЫХ ТОВАРОВ……...64
Копытова Е.Е., Муминова А.Р., Величко Н.Н.
ПИЩЕВЫЕ ДОБАВКИ В СОВРЕМЕННОЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ВРЕД ИЛИ ПОЛЬЗА……...67
Зайцева А.А., Голубева В.М., Филатов Ю.А.
ПРОБЛЕМА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ……...70
Симиренко Т.С. , Величко Н.Н.
УПАКОВКА ТОВАРОВ И ПРОБЛЕМА ЗАГРЯЗНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ……....72

Дрынова Н.С., В.М. Голубева Н.С., Ю.А. Филатов
ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО- КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ КОНСТРУИРОВАНИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЯ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ……..75