

Министерство образования и науки Российской Федерации
Министерство образования Омской области
Омский государственный институт сервиса

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СФЕРЫ УСЛУГ

V Международный фестиваль искусства и дизайна
«Формула моды: Восток-Запад»

Научно-практическая конференция

(Омск, 3-4 апреля 2013 года)

Материалы конференции

Под общей редакцией Д. П. Маевского

Омск
ОГИС
2013

УДК 001:64:338.46
ББК 72:65.30:65.49
Т.33

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

И СФЕРЫ УСЛУГ. V Международный фестиваль искусства и дизайна «Формула моды: Восток-Запад». Научно-практическая конференция : материалы конференции / под общей редакцией ректора ОГИС, канд. эконом. наук, доцента Д. П. Маевского. – Омск : Омский государственный институт сервиса, 2013. – 232 с.

ISBN 978-5-93252-295-0

В сборнике опубликованы статьи, представленные на научно-практической конференции ее участниками, среди которых руководящие и инженерно-технические работники, профессорско-преподавательский состав высших учебных заведений РФ, ведущих подготовку специалистов для сферы сервиса и легкой промышленности.

Целью проведения конференции является обсуждение реальных проблем отрасли, в числе которых: развитие инновационных разработок в индустрии моды, качество и конкурентоспособность выпускаемой продукции на внутреннем и международном рынке, активация подготовки специалистов для легкой промышленности, установление связей между дизайнерами и другими специалистами сферы сервиса.

В сборник включены материалы 8 секций:

1. Проектирование изделий легкой промышленности;
2. Индустрия моды и красоты: опыт и перспективы;
3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг;
4. Информационные технологии в легкой промышленности и сфере сервиса;
5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе;
6. Экономика отрасли: эффективность, менеджмент, предпринимательство;
7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства;
8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе.

Статьи представляют интерес для управленцев и организаторов производства товаров сферы сервиса и легкой промышленности, преподавателей, научных работников, аспирантов и студентов разных специальностей, широкого круга читателей.

УДК 001:64:338.46
ББК 72:65.30:65.49

Редакционная коллегия:

Маевский Д.П. – канд. эконом. наук, доцент, ректор ОГИС

Юрков В.Ю. – д-р. тех. наук, профессор кафедры конструирования швейных изделий, ОГИС

Алексеев И.В. – канд. техн. наук, доцент, зав. кафедрой сервиса и технологий легкой промышленности, ОГИС

Антонина Л.В. – канд. техн. наук, доцент, зав. кафедрой стандартизации, сертификации и экспертизы качества, ОГИС

Лучко О.Н. – канд. пед. наук, профессор, зав. кафедрой прикладной информатики и математика, ОГИС

Богомолов В.Б. – профессор кафедры дизайна костюма, ОГИС

Рачек В.Л. – канд. эконом. наук, профессор, зав. кафедрой экономики и организации производства, ОГИС

Мезенцева О.В. – д-р. геогр. наук, профессор, зав. кафедрой туризма, ОГИС

Хилько Н.Ф. – д-р. пед. наук, профессор кафедры философии социально-гуманитарных дисциплин, ОГИС

ISBN 978-5-93252-295-0

© Омский государственный
институт сервиса, 2013

УВАЖАЕМЫЕ УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ!

От имени Министерства Омской области и от себя лично приветствую организаторов, участников и гостей V Международного фестиваля «Формула моды: Восток-Запад».

Основная идея проведения фестиваля – привлечь внимание к вопросам легкой промышленности и сферы сервиса, поднять престиж индустрии моды, активизировать творческие разработки в области проектирования и производства одежды, выявить новые тенденции развития отраслей.

Задачи, стоящие перед легкой промышленностью и сферой услуг, создать конкурентоспособную продукцию, повысить престиж отечественных товаров и услуг, привлечь внимание широкого круга заинтересованных потребителей к новейшим российским технологиям являются, безусловно, наукоемкими, требующими привлечения значительных финансовых ресурсов и интеллектуального капитала.

Качественные изменения в сфере взаимодействия высшего образования и производства следует рассматривать, как свидетельство того, что на современном этапе ни одна страна без подготовки специалистов на хорошем уровне или без научно-исследовательской работы в отраслях экономики не может обеспечить уровень прогресса, отвечающий потребностям общества.

Проводимые в период работы фестиваля мероприятия позволяют специалистам производства, образования, науки, торговли и модельного бизнеса обмениваться новинками и своими достижениями, установить прочные творческие и деловые связи.

Программа фестиваля включает в себя интересную выставочную экспозицию, научно-практическую конференцию, яркую и насыщенную конкурсную программу, круглые столы и мастер-классы профессиональных деятелей в области культуры, искусства, индустрии моды.

Выражаю уверенность, в том, что плодотворная работа в дни фестиваля «Формула моды» будет способствовать развитию отрасли, послужит укреплению делового партнерства между предприятиями и учреждениями, предоставит возможность углубления взаимовыгодного сотрудничества.

От всей души желаю участникам и организаторам фестиваля удачи, успехов и ярких впечатлений!

Заместитель Министра Омской области

В.В. Титенко



СЕКЦИЯ 1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИЗДЕЛИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

УДК 687.016.5, 658.011.56

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ МЕТОДОВ АВТОМАТИЗАЦИИ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ

О. В. РЕВЯКИНА

Омский государственный институт сервиса

Системы автоматизации проектирования (САПР) имеют долгую и успешную историю развития. В настоящее время известно значительное количество различных систем, применяемых для решения задач конструкторско-технологической подготовки швейного производства. Разработчики, как правило, предлагают на рынке САПР в форме автоматизированных рабочих мест (АРМ) или рабочих станций. Системы, позволяющие автоматизировать эскизное проектирование, разработку конструкторской документации, нормирование расхода материалов, технологическую подготовку производства и другие виды работ, характеризуются модульной структурой [1–6].

Главная задача систем автоматизации проектирования одежды – удовлетворить потребности производства в области:

- дизайна (дизайн-студия);
- автоматизации производства средней мощности;
- автоматизации крупных предприятий.

Варианты модульного наполнения современных САПР разнообразны и по количеству, и по функциональному назначению. В результате сравнения организационных структур существующих систем автоматизации, предлагаемых на рынке компьютерных технологий, можно выделить ряд наиболее перспективных направлений:

- совершенствование параметрических методов;
- развитие 3D-методов для различных ассортиментных групп и моделей;

- получение разверток трехмерных моделей (чертежей-2D);
- создание 3D-моделей по 2D-чертежам;
- использование бесконтактных способов обмера;
- формирование баз данных для хранения и поиска размерных характеристик, эскизных и конструктивных решений, методик проектирования;
- комбинаторика – возможность создания базы данных блоков (элементов конструкции, конструктивно-декоративных элементов и пр.), а затем их использование при конструировании моделей различной сложности;
- совершенствование подсистемы конструирования новых моделей, начиная с этапов создания базовых основ и базовых конструкций с учетом индивидуальных особенностей фигур;
- имитация и визуализация свойств тканей.

Параметрические методы реализованы в большинстве популярных САПР и продолжают развиваться в направлении большей интерактивности интерфейса и набора инструментов (Grafis, Ассоль-параметрика, Грация, Julivi, Gemini и пр.).

Известно достаточное число САПР, реализующих 3D-методы проектирования, позволяющих получить 3D-изображение и его развертку в форме лекал (Леко, Стаприм, Optitex Runway и др.). В системе Optitex Runway можно получить 3D-модели по 2D-чертежам. В ряде программ заявлено использование бесконтактных методов обмера тела человека с последующей оцифровкой и передачей информации проектирующим модулям.

Несмотря на очевидные преимущества инженерных приемов конструирования одежды, более простым и доступным на сегодняшний день представляется использование в САПР одежды систем 2D, охватывающих самый широкий круг методов проектирования. Их применение позволяет с наименьшими затратами решить проблему не только автоматизации проектирования базовых и модельных конструкций, но также градации лекал по разме-

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

рам и ростам. В большинстве 2D-систем решены вопросы:

- организации баз данных размерных характеристик и алгоритмов конструктивных решений в соответствии с методиками проектирования;
- создания и хранения конструктивных и конструктивно-декоративных модулей (Ассоль, Grafis – блочно-модульное проектирование);
- изменения конструкции с учетом индивидуальных особенностей фигур (интерактивно и параметрически);
- имитации и визуализации свойств тканей (Lectra, Франция);
- автоматической раскладки лекал.

Ряд компаний–разработчиков САПР отказались от устаревших методов оцифровки лекал (перевод лекал в электронный вид) при помощи планшетного дигитайзера и используют разработки, которые позволяют производить быструю и точную оцифровку при помощи фотокамеры с возможностью последующего редактирования и экспорта в другие САПР (Ассоль, Gemini).

Для сокращения потерь материалов в производстве одежды, обуви, головных уборов, сумок, галантереи из натуральной кожи компания Gemini CAD Systems выпустила на рынок свою новейшую разработку – систему для автоматического раскроя кожи Gemini Leather System [7]. С помощью данной системы можно осуществить:

- оцифровку и маркировку шкур;
- выделение зон качества на шкурах;
- создание баз данных шкур, предназначенных для раскроя;
- автоматическую раскладку лекал на шкурах;
- автоматическое комплектование вырезанных деталей;
- отказ от использования физических лекал;
- систематизацию склада материалов для производства;
- уменьшение расхода дорогостоящих материалов.

Как видно из анализа, уровень компьютерных технологий и, следовательно, степень автоматизации проектирования тех или иных этапов работ в различных САПР имеют существенные различия, в том числе по количеству и функциональному назначению модулей. Но

в развитии систем автоматизации конструкторско-технологического проектирования наблюдается общая тенденция к интеграции модулей в единую платформу на базе развития и активного использования CALS-технологий, что позволяет сохранять ассоциативные связи, использовать общую информационную среду, полностью исключить проблему передачи данных или потерю точности.

1. Рымар Е. В. Автоматизация проектирования этапа подготовки единичного производства на предприятиях швейной промышленности : автореф. дис. ... канд. техн. наук / Е. В. Рымар. Омск : 2009. 16 с.
2. Сурженко Е. Я. От выкроек до трёхмерного проектирования / Е. Я. Сурженко, Н. Н. Раздوماхин, А. А. Басуев // Швейное производство. 2005. № 2. С. 27–28.
3. www.cadrus.ru
4. www.Julivi.com
5. www.optitex.com
6. www.assol.org
7. www.saprgrazia.com

УДК 687.01

ОБЗОР СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К ПОСТРОЕНИЮ ТРЕХМЕРНОЙ ОДЕЖДЫ

И. И. ШАЛМИНА, В. А. ШЕВЧЕНКО

Омский государственный институт сервиса

На сегодняшний день ведущие САПР одежды предоставляют широкий спектр возможностей, такие как работа с многослойными объектами или работа с самим манекеном (табл. 1).

Разработки алгоритмов трехмерного моделирования одежды начались в 1986 году. На данный момент образовалось 3 группы методик создания трехмерной поверхности одежды: геометрические, физические и комбинированные.

Геометрическое моделирование. Первоначальной задачей для моделирования трехмерной одежды было создание статического трехмерного объекта. Было представлено около 10 методик построения геометрических моделей, но широко распространились методики гиперболических кривых и замкнутых колец. Основы теории Джерри Вэйла, о гиперболических

© И. И. Шалмина, В. А. Шевченко, 2013

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

кривых, были позаимствованы из «учений провисающих кабелей». Она основывалась на отслеживании точек соприкосновения. Происходила «триангуляция» поверхности ткани и отклонение точек рассчитывалось в зависимости от удаленности вершины треугольника от точек соприкосновения [1].

Таблица 1.

Возможности трехмерного моделирования САПР

| Продукт | Наличие 3D | Трансформир уемый манекен | Свободное трансформиро вание | Слойность | Учет свойств ткани | Динамика движений |
|----------------------|------------|---------------------------|------------------------------|-----------|--------------------|-------------------|
| Ассоль | + | + | - | - | - | - |
| Optitex | + | + | + | + | + | + |
| V-Stitcher | + | + | + | + | + | + |
| Julivi | + | + | + | + | + | + |
| Marvelous Designer 2 | + | + | + | + | + | + |

Модель «замкнутых цилиндров» была предназначена для моделирования изгибов руки и одежды. Она представляла ткань в виде полого цилиндра, состоящего из ряда круглых колец. В участках изгиба высота цилиндра варьировалась для образования поворота и складок. Для отображения цилиндра на экране видимая поверхность цилиндра преобразовывалась в четырехугольники в зависимости от заданной вычислительной мощности [2].

Физическое моделирование. Постепенно возрастает потребность не только визуального моделирования одежды, но и ее поведения в динамике. На начальном этапе это было необходимо для нахождения порога потенциальной энергии ткани, поскольку переплетения ткани удерживаются за счет силы трения переплетений и натяжения между нитью. Первой методикой в этом направлении была сетка Фейнмана. Он представлял ткань в виде двухмерной сетки и окончательная позиция ткани в пространстве была основана на минимизации энергии, тенденции любого тела в природе сводить свою энергию к минимуму. Поэтому необходимо вычислить энергию всех точек сетки и минимизировать ее, для расчета бралась точка и 8 векторов ее взаимодействия с соседними точками [3].

Хавьер Провот сделал другой подход к физической модели, он предоставил ткань в виде сетки пружин и, так же как и Фейнман исполь-

зовал закон Ньютона для всех соседних точек, но в дополнение к этому он вводил силу, состоящую из трех компонентов: ускорение силы тяжести, затухание энергии и вязкость ткани. Концепция была большей частью заимствована из архитектуры, со значительными допущениями по жесткости материала. Такая комплексная модель подходила не только для построения одежды, но и для моделирования

взаимодействия ткани и жидкостей. Данный подход заложил основу для нового поколения методик – комплексного моделирования [4].

Визуальное представление одежды в виртуальной реальности в настоящее время нельзя представить без учета силы тяжести, учета растяжимости материала, его

жесткости и коэффициента трения. Образующей силой в этой структуре является сила тяжести, так как большая часть неровностей ткани формируется за счет собственного веса. Для учета веса необходимо узнать площадь соприкосновения материала и взять во внимание коэффициент трения материала. Учет искривления – это вторая основа появления изгибов на поверхности одежды, эта составляющая учитывается при смене позы модели человека и берется в расчет в точках соприкосновения одежды и тела. Также при расчете динамических складок используется растяжимость материала, для того чтобы найти максимальный порог изгиба ткани [5]. Помимо этого для правдивого восприятия необходимо чтобы в программной среде была реализована система света и отражения близкая к реальной, так как отражение света от поверхности играет роль в реалистичном восприятии.

Рассмотрим, как эти компоненты реализованы в современных программных продуктах (табл. 2). Как видно, в настоящее время ведущие продукты реализуют компоненты комплексного моделирования, но нельзя сказать, что коэффициент трения и растяжимость материала реализованы в полной мере. Эти недостатки отображаются при реализации следующих компонентов моделирования в САПР: динамическое моделирование (смена поз, дви-

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

жение манекенов), многослойность и независимость от якорных точек (табл. 3). Такое единство показателей реализованных компонентов комплексного моделирования обусловлено тем, что большинство САПР используют компонент трехмерной визуализации одежды и тела человека CLO 3D, созданный фирмой CLO Virtual Fashion Inc., выпускающей САПР Marvelous Designer. Но есть некоторые различия в работе этого модуля в различных САПР, поскольку они используют разные версии CLO 3D и его модификации. Так, например, в V-Stitcher используется довольно устаревший модуль, недостатки которого открываются в динамике манекена, такие, например, как размытие текстуры ткани в области сгиба, поэтому нельзя сказать, что здесь используется показатель растяжимости материала, а моделируется только искривление в месте изгиба.

Таблица 2.

Реализация компонентов комплексного моделирования в САПР

| Продукт | Влияние силы тяжести | Коэффициент трения | Искривление материала | Растяжимость материала |
|----------------------|----------------------|--------------------|-----------------------|------------------------|
| Ассоль | - | - | - | - |
| Optitex | + | - | + | - |
| V-Stitcher | + | - | + | - |
| Julivi | + | - | + | - |
| Marvelous Designer 2 | + | - | + | - |

Таблица 3.

Функции, при которых выявляются недостатки моделирования

| Продукт | Динамическое моделирование | Многослойность | Независимость одежды от якорных точек |
|----------------------|----------------------------|----------------|---------------------------------------|
| Ассоль | - | - | - |
| Optitex | + | + | - |
| V-Stitcher | + | + | - |
| Julivi | + | + | - |
| Marvelous Designer 2 | + | + | - |

При моделировании многослойности не происходит моделирования складок между слоями в точках их соприкосновения, можно сказать, что здесь не учтен параметр коэффициента трения. В САПР используется воздушная прослойка,

оставляющая зазор между слоями одежды и тела, чтобы их поверхности не пересекались. Пересечение слоев может вызвать эффект, при котором нижний слой отобразится как верхний.

Такой параметр, как “независимость тела от якорных точек” должен зависеть от растяжимости и заставляя части одежды подтягиваться к области изгиба. На сегодняшний день он не моделируется, что можно увидеть на примере из программы Marvelous Designer. Также не происходит учета коэффициента трения, например, при симуляции походки манекена поверхность его одежды начинает подпрыгивать, будто одежда жестко ударяется о плоскую твердую поверхность. Такой эффект далек от реальности и не дает правильного представления о поведении одежды в реальной ситуации.

Также видно на примере, что светоотражение поверхности играет немаловажную роль, неправильное отражение света может дать неверное представление о выпускаемой одежде. В САПР отсутствует возможность моделирования источников света и увеличение их количества.

Немаловажным фактором является и аппаратная привязанность САПР к определенной программной платформе. На данный момент подавляющее большинство САПР предназначено для работы в ОС Windows, что не дает возможности использования ПО моделирования одежды в другой операционной системе. Также ограничены возможности импорта/экспорта моделей между САПР. Для работы над одной моделью в разных программах необходимо использовать сторонние конвертеры или создавать модели для каждого редактора с нуля.

Таким образом, рассмотренные модели и примеры реализации построения трехмерных моделей близки к реалистичному отображению, но имеют существенные недостатки в динамике поведения ткани, вызванные неправильным учетом ее свойств ткани, во взаимодействии слоев одежды, в поведении ткани под действием собственной тяжести. Для улучшения трехмерной визуализации системы “человек–одежда” следует продолжить исследования в данных направлениях.

1. Weil J. The Synthesis of Cloth Objects, Computer Graphics, (Proc SIGGRAPH). Vol. 20. - No 4. - 1986

2. Cloth Modeling. URL : <http://davis.wpi.edu/~matt/courses/cloth/> (Дата обращения 16.03.2013).

3. Feynmann C. Modelling the Appearance of Cloth, masters thesis, Dept of EECS, Massachusetts Inst. of Technology :Cambridge. 1986.
4. Provot X. Deformation Constraints in a Mass-spring Model to Describe Rigid Cloth Behaviour, Proc of Graphics Interface, 1995.
5. Tutorial on Cloth Modeling. URL: <http://www.webcitation.org/query?url=http://www.geocities.com/SiliconValley/Heights/5445/cloth.html&date=2009-10-25> (Дата обращения 16.03.2013).

УДК 004.421-24-443.5

АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПОДРОСТКОВОЙ ОДЕЖДЫ В ПРОГРАММНОМ КОМПЛЕКСЕ НА ОСНОВЕ КОМБИНАТОРНЫХ ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ

О. Н. ДЕМЧЕНКО, А. Б. КОРОБОВА

Омский государственный институт сервиса

В условиях нестабильной экономической ситуации в стране и мире и динамичности конкурентной среды каждая сторона производственно-потребительского рынка нуждается в эффективных экономических решениях. Производство нуждается в повышении конкурентоспособности своей продукции за счет обеспечения рынка качественными товарами. Потребитель со своей стороны стремится выбрать наиболее подходящее, выгодное коммерческое предложение [1–3].

Зачастую сложная экономическая ситуация не снижает спрос на готовую одежду для подростков, а наоборот, ускоряющийся темп жизни современной молодежи способствует увеличению потребности в многофункциональной, качественной, эргономичной и недорогой одежде, удовлетворяющей всем требованиям назначения и эксплуатации. Для предприятия проектирование такой одежды, прежде всего, связано со сложными процессами разработки технического задания, эскизирования, проектирования, высококвалифицированной творческой деятельностью конструктора и дизайнера [1–3].

Поэтому исследовательская работа направлена на совершенствование способов решения прикладных математических задач для

разработки принципа проектирования швейных изделий, который способствует ускорению и повышению эффективности компьютерной интеграции в сферу легкой промышленности.

Целью исследовательской работы является обеспечение подростков целостным многовариантным гардеробом из комбинаторных геометрических элементов посредством совершенствования процесса автоматизации проектирования одежды с возможностью оптимизации результата. В соответствии с поставленной целью проводились социологические исследования подросткового сегмента, которые показали целесообразность применения данного метода к созданию именно подростковой одежды; также изучены различные методы создания одежды, проанализированы автоматизированные системы проектирования и пр.

Для реализации методов комбинаторики и трансформации в массовом сегменте производства исследование направлено на разработку программного обеспечения, которое позволит в автоматизированном режиме проектировать гардероб из комплекта геометрических элементов.

Программа предназначена для инженера-конструктора, работающего на предприятиях мелкосерийного и индивидуального швейного производства.

Программа условно подразделяется на 4 блока:

- Создание комбинаторных элементов.
- Создание базисных сеток конструкций для изделий.
- Формирование комплекта комбинаторных геометрических элементов, входящих в гардероб.
- Разработка гардероба на базе комплекта элементов.

Первый блок – доступен сразу при открытии программы (рис. 1). Это блок создания элементов. В данном блоке элементы располагаются по группам, относительно их геометрической формы. Элементы можно выбрать из имеющихся, сохраненных в базе данных, а также можно создать новый или отредактировать готовый комбинаторный элемент.

Второй блок включает формирование набора сеток изделий, необходимых для гардероба. Для создания новой сетки необходимо отметить соответствующие горизонтальные и вертикальные линии и задать нужные размеры для ячеек. Размер

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

ячейки устанавливается как расстояние до прилегающей линии. Также в редакторе отображается координата линии и ее параметры, которые можно редактировать (рис. 2, 3).

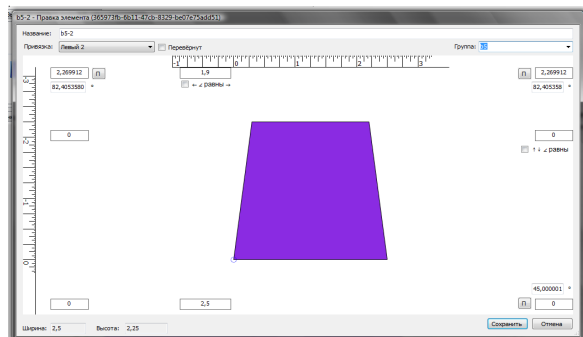


Рисунок 1. Окно проектирования комбинаторного геометрического элемента

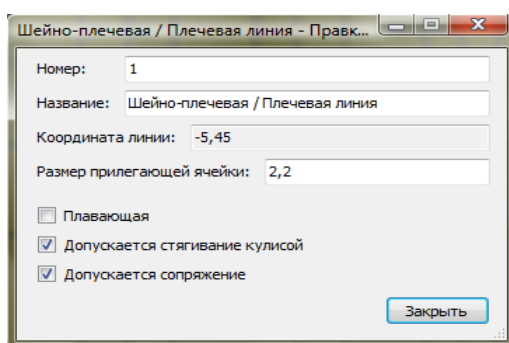


Рисунок 2. Окно редактирования параметров ячеек

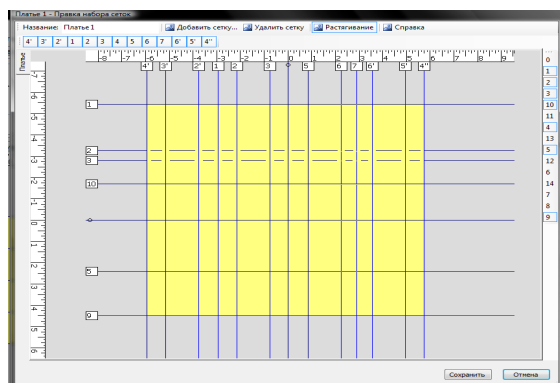


Рисунок 3. Окно формирования сетки изделия

Последний блок включает подбор комбинаторных геометрических элементов для формирования изделий гардероба (рис. 4). На данном этапе есть возможность автоматического подбора подходящих элементов из базы. Достаточно щелкнуть на нужную ячейку, и программа предложит элементы, которые удовлетворяют размерам и требованиям этой ячейки. Таким образом, элементы можно выбрать из общей базы, из предложенного списка эле-

ментов либо создать новый элемент.

Справа в окне «элементы гардероба» отображается количество элементов проектируемого гардероба, количество элементов для конкретного изделия или детали (рис. 4).

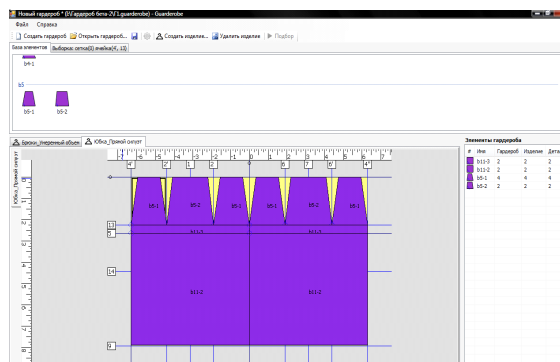


Рисунок 4. Окно проектирования гардероба из геометрических элементов

Этап разработки гардероба предполагает добавление новых изделий в гардероб и распределение комбинаторных элементов в изделиях наиболее оптимальным способом. На данном этапе уже сформированы все сетки изделий и их деталей.

В заключение отметим, что представленная программа позволит поставить процесс создания трансформируемой одежды на автоматизированный режим, что позволит реализовать серийное производство гардеробов из комбинаторных элементов.

Применение программы комплексно с алгоритмом автоматизированного комбинаторного проектирования имеет экономический и социальный эффект. Экономический эффект состоит в экономии времени на проектные процедуры. Социальный эффект достигается посредством обеспечения подросткового населения готовым многовариантным гардеробом, удовлетворяющим требованиям назначения и эксплуатации.

1. Коблякова Е. Б. Конструирование с элементами САПР: учебник. / М.: Легпромбытиздат, 1988. 95 с.

2. Демченко О. Н. Методы комбинаторики и трансформации, используемые при изготовлении подростковой одежды // Теоретические знания – в практические дела Ч 1.: сб. статей / РосЗИТЛП. Омск. 2010. С. 6–8.

3. Коробова А. Б., Демченко О. Н. Применение методов комбинаторики в формировании рационального подросткового гардероба в автоматизированных системах // Актуальные проблемы подготовки кадров высшей квалификации: сб. материалов / ОГИС. Омск. 2010 г. 21 с.

УДК 687.016

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СКЛАДОК РАЗЛИЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ КАК СПОСОБА ФОРМООБРАЗОВАНИЯ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ

А. И. БАГРИНЦЕВА

*Хакасский государственный университет
им. Н. Ф. Катанова*

С развитием швейного производства стала актуальна проблема создания объектов проектирования с учетом персонализированных особенностей и потребностей человека. Для этого применяются сложившиеся в практике дизайна средства и приемы формообразования.

Форма костюма представляет собой сложную объемно-пространственную структуру, которая создается за счет разных вариантов конструктивного решения. При этом направление движения формы костюма, ее поверхности определяется изменением силуэтных и конструктивных линий. Форма воплощается в материал посредством определенных конструктивных и технологических возможностей. Чтобы реализовать форму швейного изделия, заложенную в проекте, конструктор должен выбрать соответствующие способы и средства формообразования.

Актуальность работы заключается в подборе средств и приемов формообразования для получения выразительных форм.

Объект: приемы формообразования как способы создания новой формы изделия.

Предмет: складки, как один из способов формообразования швейных изделий.

Цель: создание новой формы изделия путем использования складок различного направления с помощью переходов складок в драпировки.

Задачи:

1. Анализ методов и приемов формообразования, применяемых для проектирования одежды (конструктивный, технологический, комбинированный).

2. Выполнение макетов полочки и спинки изделий средствами бумагопластики.

© А. И. Багринцева, 2013

3. Разработка макета швейного изделия с помощью переходов складок в драпировки.

Новизна работы состоит в создании новой формы изделия с помощью переходов складок в драпировки.

Практическая значимость заключается в возможности использования макета при проектировании одежды в условиях мелкосерийного и индивидуального типов производства.

При разработке конструкции одежды используются три основных способа формообразования:

1) технологический, основанный на использовании формовочных свойств материалов;

2) конструктивный (за счет членения материала на части);

3) комбинированный [1].

Технологическим способом трудно получить одежду сложных форм, что ограничивает область его применения.

Более распространенным и универсальным способом является конструктивный, когда формообразование происходит за счет членения материала на части. Конструктивный способ формообразования обеспечивает возможность инженерного расчета, точного воспроизведения и устойчивого закрепления практически любой формы, требуемой в одежде. Способ универсален, применим для любых материалов. Для реализации его не требуется сложного специального оборудования. Вследствие этого конструктивным средствам нередко отдается предпочтение при создании объемных форм различных изделий.

Характер членения одежды на составные части определяется:

1) сложностью поверхностей одежды и тела человека (поверхность относится к классу неразвертываемых, поэтому членение ее неизбежно);

2) традициями конструирования;

3) особенностями конкретной модели;

4) требованиями художественной выразительности. Одежда с помощью удачно выбранных линий членения может подчеркивать достоинства фигуры человека или скрывать ее недостатки, корректировать пропорции частей формы;

5) трудностями технологической обработки материала. Так, в пальто приталенной формы вводится членение по линии талии.

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

Учитывается направление нити основы. На полочке и спинке нити основы должны идти в одном направлении – продольном, для этого вводится членение по плечевому участку;

б) шириной и другими свойствами материала. При изготовлении изделий из узких материалов приходится делать дополнительные членения одежды, усложняя общую форму. Ограниченная площадь натуральных кож заставляет проектировать большие детали (спинку, полочку пальто) из двух–трех частей, вводить членения по линии груди, талии или бедер.

Кроме ширины материала, должны быть учтены жесткость, драпируемость, осыпаемость и другие свойства конкретного материала, определяющие его способность к формообразованию и формозакреплению.

В формообразовании современной одежды доминирует комбинированный способ, который представляет собой сочетание технологического и конструктивного способов. В этом случае обеспечивается высокая точность воспроизведения формы и устойчивость ее в эксплуатации.

Каждый из способов создания объемной формы располагает определенным набором средств.

Технологические средства формообразования:

1) проектирование деформаций по срезам деталей (посадка, растяжение) и закрепление их с помощью ВТО (сутюживание, оттягивание);

2) изменение угла между нитями основы и утка (раскрой ткани с учетом направления нитей в деталях и действующих сил;

3) использование каркасных элементов (плечевые накладки, формоустойчивые прокладки, кромки и д. т.) [3].

ВТО наиболее часто используют при работе над формой верхней одежды из шерстяных тканей, когда хотят избежать применения видимой вытачки. Например, для создания выпуклости деталей спинки в области лопаток ткань сутюживают по плечевому срезу и со стороны проймы. Возможен другой вариант: оттягивают ткань по сгибу на участке лопаток. Изменение угла между нитями основы и утка широко используется в процессе формообразования конических юбок.

Конструктивные средства формообразования:

1) швы и подрезы, осуществляющие членение поверхности формы на части;

2) вытачки;

3) сборки, складки, драпировки и т. д. [3].

Линии членения поверхности формы классифицируют по направлению: вертикальные, горизонтальные и наклонные (диагональные).

Членение по вертикали позволяет установить равновесие, добиться устойчивости формы. Горизонтальное членение дает ясное представление об основных частях фигуры человека, подчеркивает значимость той или иной части формы. Членение по диагонали нарушает равновесие формы, ее статичность, подчеркивает асимметричность одежды, придает ей подвижность.

По конфигурации (геометрическому виду) различают прямые, ломаные, кривые линии членения; по числу – одиночные и множественные.

Членение может быть полным (сплошным, вдоль или поперек всей детали) и неполным.

Различают простые соединительные и рельефные швы.

Рельефные швы – это швы, выполненные на поверхности неразрезного материала, или соединительные швы, имеющие декоративное значение. Особенно велико значение рельефных швов в формообразовании плотно прилегающих изделий. Рельефные швы могут быть выполнены с вытачками и без них, на лицевой стороне материала или на изнаночной, заутюженными на ребро или приутюженными [3].

Подрезы – средство формообразования, сочетающее применение соединительного шва, разреза ткани с закладыванием излишка ткани одной из сторон в сборки, вытачки, складки [3].

Вытачка – это конструктивный прием, с помощью которого плоская поверхность материала преобразуется в криволинейную. Вытачка может быть расположена с краю детали или в ее середине. Различают вытачки, стачные по всей длине (закрытые) и стачные не до конца (открытые), заутюженные и мягкие, разрезные и неразрезные. По форме контурных линий различают вытачки простые (прямые, вогнутые, выпуклые) и фигурные [3].

Сборки – это множество мелких мягких незакрытых вытачек. Их получают при стягивании материала одной или двумя параллельно расположенными нитками. По место-

расположению различают сборки в середине детали и с краю детали. Как прием формирования объемной поверхности сборки применяют очень широко [3].

Буфы образуются стягиванием верхней поверхности материала тремя, четырьмя и большим числом параллельных рядов ниток [3].

Сборки и буфы можно делать эластичными, используя для этого резинку.

Защипы – это многочисленные мелкие, близко стоящие друг от друга мягкие складки или вытачки [3].

Драпировкой называется укладывание материала в свободно лежащие или падающие складки различного характера с их последующим закреплением. Драпировки могут быть: трубчатые, каскадные, лучевые, пазушные, радиальные [3].

Важным конструктивным средством, создающим рельефную поверхность формы, являются *складки*.

Различают односторонние, встречные, бантовые, веерные складки.

При поиске различных вариантов расположения складок в изделии были проанализированы существующие методы выполнения складок на основных деталях швейного изделия (рукаве, полочке, спинке и др.), также был разработан ряд макетов средствами бумагопластики (макеты).

Для наиболее удачного варианта модели, реализующего переход складок в драпировку, была разработана конструкция модели и выполнен макет швейного изделия в натуральную величину.

1. Методы формообразования в одежде // <http://dressost.ru/load/1-1-0-18>

2. Проектирование и моделирование в дизайне // http://www.pobiv.ru/art/Projektowanie_i_modelowanie

3. Фалько Л. Ю. Художественное конструирование одежды / Фалько Л. Ю., Кравцова Т. А., Лукашева И. А. // http://abc.vvsu.ru/Books/l_hud_kons/page0023.asp

УДК 687.01

РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАЦИИ ФИГУР МУЖЧИН, ЗАНИМАЮЩИХСЯ БОДИБИЛДИНГОМ

И. В. ЛАШИНА

Омский государственный институт сервиса

Существующие классификации типов телосложения мужских фигур рассматривают отдельные части тела (ягодицы, спина, грудь) по одному–двум размерным признакам. Всестороннюю оценку формы тела они не дают, однако учитывают как морфологические, так и размерные факторы, что позволяет использовать их для целей конструирования швейных изделий.

Для разработки классификации фигур мужчин, занимающихся бодибилдингом, по признакам внешней формы на основании всесторонней, комплексной оценки размеров и формы тела, отражающей все их разнообразие и учитывающей антропометрические и морфологические характеристики, необходимо учитывать все особенности формы участков тела.

Контурсы тела (туловища) человека определяются соотношением поперечных диаметров обхватов талии, груди и бедер, а также величинами выступов частей тела относительно талии. При этом используются следующие размерные характеристики фигур:

Ул – уровень расположения наиболее выступающих точек лопаток относительно талии;

Уя – уровень расположения наиболее выступающих точек ягодиц относительно талии;

Уг – уровень расположения наиболее выступающих точек груди относительно талии;

Рг – разница между полуобхватом груди и полуобхватом талии;

Рб – разница между полуобхватом бедер и полуобхватом талии.

Во фронтальной плоскости, в зависимости от величины разницы между полуобхватом груди и полуобхватом талии, выделено три типа формы туловища: минимальный (*рис. 1а*), средний (*рис. 1б*) и максимальный (*рис. 1в*).

© И. В. Лашина, 2013

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

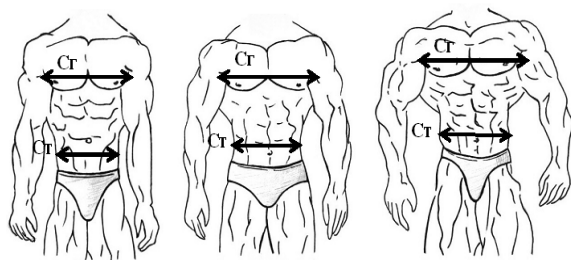


Рисунок 1. Типы формы туловища по величине разницы между полуобхватом груди и полуобхватом талии
а – минимальный; б – средний; в – максимальны

Те же три типа формы туловища выявлены во фронтальной плоскости по величине разницы между полуобхватом бедер и полуобхватом талии: минимальный (рис. 2а), средний (рис. 2б) и максимальный (рис. 2в).

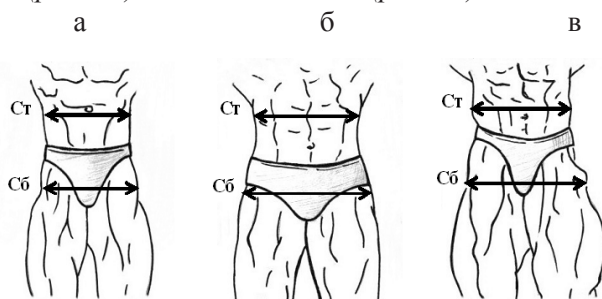


Рисунок 2. Типы формы туловища по величине разницы между полуобхватом бедер и полуобхватом талии
а – минимальный; б – средний; в – максимальный

В результате анализа размерных признаков выявлены количественные характеристики величин разности между полуобхватами груди, бедер и талии. Найдена средняя величина каждого признака, а так же величина отклонения, максимальное и минимальное значение признака. В *таблицах 1 и 2* представлены характеристики формы туловища в зависимости от величины разницы между полуобхватом груди и полуобхватом талии (РГ) и величиной разницы между полуобхватом бедер и талии (РБ).

Каждый тип фигуры по величине разницы между полуобхватами груди и талии может иметь определенное сочетание с тремя типами формы туловища по величине разницы между полуобхватом бедер и полуобхватом талии. Например, фигуры с максимальным типом в верхней части туловища могут быть среднего или минимального типа в нижней части туловища. Всего установлено девять возможных

типов фигур, из них три типа являются основными: минимальный РГБ_{min}, средний РГБ_{ср}, максимальный РГБ_{max}.

Остальные шесть типов являются комбинированными, то есть производными от основных типов. Их количественные характеристики представляют собой комбинации характеристик соответствующих основных типов (*таблица 3*).

Таблица 1.

Характеристика формы туловища во фронтальной плоскости по величине разницы между полуобхватом груди и полуобхватом талии

| Разность величин размерных признаков $РГ = (Cг - Cт)$ | Условное обозначение признака | Величина размерного признака РГ, см |
|--|-------------------------------|-------------------------------------|
| Минимальная | РГ _{min} | <16 |
| Средняя | РГ _{ср} | 16,0 – 24,0 |
| Максимальная | РГ _{max} | >24 |

Таблица 2.

Характеристика формы туловища во фронтальной плоскости по величине разницы между полуобхватом бедер и полуобхватом талии

| Разность величин размерных признаков $РБ = (Cб - Cт)$ | Условное обозначение признака | Величина размерного признака РБ, см |
|--|-------------------------------|-------------------------------------|
| Минимальная | РБ _{min} | <4,0 |
| Средняя | РБ _{ср} | 4,0 – 10 |
| Максимальная | РБ _{max} | > 10 |

Таблица 3.

Типы мужских фигур по соотношению разниц между полуобхватами

| РГ | Разность величин размерных признаков, см | | |
|-------------|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| | РБ | | |
| | <4,0 | 4,0 – 10,0 | >10,0 |
| <16,0 | РГ _{min} РБ _{min} | РГ _{min} РБ _{ср} | РГ _{min} РБ _{max} |
| 16,0 – 24,0 | РГ _{ср} РБ _{min} | РГ _{ср} | РГ _{ср} РБ _{max} |
| >24,0 | РГ _{max} РБ _{min} | РГ _{max} РБ _{ср} | РГ _{max} |

В работе проведена систематизация особенностей внешней формы мужских фигур и разработана классификационная схема типов телосложений. Данную классификационную схему рекомендуется использовать при разработке конструкций швейных изделий на бодибилдеров.

УДК 687.01

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНСТРУКЦИЙ ЖЕНСКОЙ ПЛЕЧЕВОЙ ОДЕЖДЫ ИЗ ТРИКОТАЖНОГО ПОЛОТНА

Е. А. БАЛАНДИНА

Омский государственный институт сервиса

В настоящее время российский производитель должен быть в курсе всех технологических новинок, следить за направлениями моды. Именно эти аспекты влияют на создание конкурентоспособного товара. Поэтому приоритетным направлением в работе специалистов при разработке проектно-конструкторской документации для одежды различного ассортимента является внедрение новых технологий, применение прогрессивных способов проектирования с учётом последних отечественных и зарубежных достижений в области швейного производства.

Перед работниками трикотажной промышленности стоит задача – обеспечить выпуск изделий высокого качества, отвечающих требованиям моды и пользующихся большим спросом у покупателей. Так как высокое качество одежды в целом во многом зависит от качества ее конструкции, то для выполнения этой задачи наряду с разработкой разнообразных по переплетениям, расцветкам и волокнистому составу трикотажных полотен необходимо вести дальнейшие исследования в направлении совершенствования конструкции трикотажных изделий с учетом комплексного использования свойств трикотажа.

В связи с указанной проблемой в работе были рассмотрены три методики построения основы женских трикотажных изделий:

- 1) методика ЦОТШЛ;
- 2) методика ВДМТИ;
- 3) методика ВДМТИ (ЕМКО СЭВ).

На выбранный размер, по каждому из методов, были построены конструкции женского плечевого изделия с учетом заранее проведенных исследований, а так же изготовлены макеты. За основу была взята методика ЦОТШЛ,

для построения конструкций по этой методике были сделаны следующие рекомендации:

1. Прибавку на свободное облегание по линии груди (Пг), следует распределять следующим образом по участкам конструкции (в долях единицы): спинка (Пс) – 0,25–0,35; пройма (Ппр) – 0,5–0,45; перед (Пп) – 0,15–0,2.

2. Прибавку на толщину полотна к ширине изделия по линии груди распределять по участкам конструкции следующим образом (в долях единицы): спинка – 0,3; пройма – 0,3; перед – 0,4.

3. Для изделий, кроенных из малорастяжимых полотен, рекомендуется раствор плечевой вытачки брать равным 2,5–3,0 см (III_1) и глубину 7,5–8,5 см (III_1).

4. Точку касания контура проймы с линией глубины проймы, а также со спинкой брать равной 0,6 $Шпр$ ($\Gamma_1 \Gamma_2 = \Gamma_1 П_3$).

5. При распределении нагрудной вытачки следует использовать рекомендации, разработанные омским государственным институтом сервиса. Если нагрудная вытачка переводится в конструктивные участки, где она имеет наименьшее расстояние от центра выпуклости (линия горловины, линия проймы, линия бокового шва), базовая конструкция будет наиболее удачной для изделий из трикотажных полотен первой и второй группы растяжимости. Чем больше растяжимость трикотажного полотна поперек петельных столбиков, тем лучше распределять посадку в горизонтальные участки конструкции. Чем меньше растяжимость трикотажного полотна поперек петельных столбиков, тем лучше распределять посадку в вертикальные участки конструкции (линии бокового шва, линия проймы), т. к. они находятся на меньшем расстоянии от центра выпуклости груди. Но величина посадки должна быть не более 1,5 см, иначе наблюдается появление слабину по боковому шву и пройме. В линию проймы рекомендуется закладывать посадку, если она необходима, не более 1 см, остальной раствор вытачки можно перевести в скос плечевого среза, но также не более 1 см. В противном случае, происходит значительное увеличение наклона плечевого среза, что вызывает излишнее напряжение полотна, из-за растяжения на опорном участке, смещение плечевого шва в сторону переда изделия.

6. При построении трикотажных изделий, плотно облегающих фигуру, выполненных из полотен 2 и 3 группы растяжимости, нельзя использовать отрицательные значения припусков по линии груди, талии и бедер. При использовании больших абсолютных значений минусовых прибавок в конструкции возникают дефекты, не позволяющие обеспечить хорошую посадку и требующие обязательной корректировки. Кроме того, использование различных величин минусовых прибавок на различных участках чертежа создает большие неудобства.

7. Основной процент заужения конструкции выбирают в зависимости от группы растяжимости полотна, переплетения, пряжи, а также класса оборудования, на котором оно связано.

8. Построение линии горловины спинки нужно начинать с повышения основания горловины ($AA'=0,4-0,6$ см), таким образом, уровень линии горловины спинки остается на естественном уровне при растяжении полотна в ширину.

9. Для построения линии плечевого среза спинки определяют положение точки P_1 , определяющей ее наклон $A_2P_1=Шn$; $TP_1=Bn_k - P_1n_k$, P_1n_k – величина корректировки положения плечевого среза в изделии, которая может быть от 0,8 см до 1,3 см в группе размеров 84–104 и от 1,4 см, до 1,5 см в группе размеров 108–120; $a_1P_1=Шn+P_{noc}$, P_{noc} – припуск технологический на посадку плечевого среза спинки, величина которого может быть от 1 см до 1,5 см.

УДК 687.1.016.5

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СКЕЛЕТНОЙ АНИМАЦИИ ПРИ ПОСТРОЕНИИ 3D-МАНЕКЕНА В ПРОЦЕССЕ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ВИРТУАЛЬНОЙ ПРИМЕРКИ

М. А. ИВАЩЕНКО, А. Б. КОРОБОВА

Омский государственный институт сервиса

Скелетная анимация – это способ анимирования трёхмерных моделей в мультипликации и компьютерных играх. Она заключается в том, что мультипликатор создаёт скелет, представляющий собой древообразную структуру костей, в которой каждая последующая кость «привязана» к предыдущей, то есть повторяет за ней движения и повороты с учётом иерархии в скелете. Иерархией в скелете называется система объектов, в которой одни объекты своим расположением в пространстве влияют на расположение других объектов [3–5]. Таким образом, 3D-скелет описывает иерархию трансформаций объекта; сами объекты называют костями. Скелет можно определить как совокупность костей. Использование скелетной трансформации для построения манекена фигуры человека с индивидуальными особенностями, в частности девушки-подростка, является актуальным, поскольку каждая фигура зачастую имеет индивидуальные особенности, которые необходимо учитывать при проектировании поясных изделий.

Поскольку все кости в скелете задаются своими локальными трансформациями, то для конечного использования необходимо вычислить все абсолютные трансформации. Процесс вычисления является просчётом скелета. Трансформации в трёхмерной графике принято задавать матрицами [6].

После того как просчитан скелет, трансформируется геометрия, на которую он влияет. Для представления манекена человека

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

удобно хранить взаимосвязи между подвижными частями данного субъекта, например, голова крепится к шее, ступня к ноге и т. д. Трансформацию любой части можно задать как трансформацию отдельной кости.

Так как высокодетализированный манекен нижних конечностей человека состоит из десятков тысяч полигонов, то трансформация каждого отдельного полигона является весьма сложной задачей, которую возможно решить с использованием технологии скелетной анимации.

В основе манекена лежит «скелет», названный так из-за схожести со скелетом человека, но в отличие от скелета человека «скелет» 3D-модели не является физической основой «тела» и поэтому может не совпадать по расположению и составу со скелетом человека. В то же время, как и скелет человека, «скелет» манекена определяет расположение конечностей и внешней оболочки тела человека (манекена) в пространстве.

«Скелет» 3D-модели и манекена человека состоит из отрезков прямых, расположенных в пространстве и выстроенных в иерархию. Расположение каждого последующего отрезка задается относительно предыдущего, такие отрезки называются «костями». Пример «скелета» 3D-модели манекена представлен на *рисунке 1*.

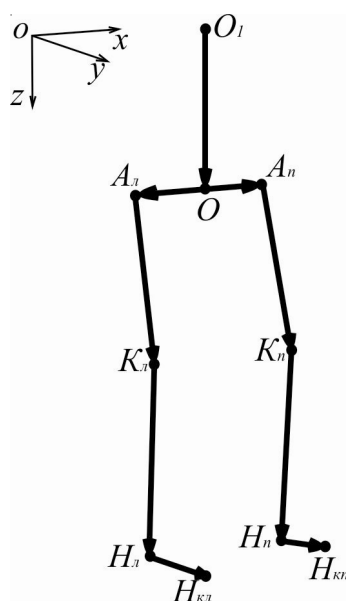


Рисунок 1. «Скелет» 3D-модели манекена

После трансформации скелета виртуального манекена необходимо провести расчет его поверхности.

Поверхность манекена задается полигональной моделью с указанием ориентации ее полигона для задания внутренней и внешней сторон поверхности. Так как одна вершина может входить в состав более чем одного полигона, то вершины полигонов задаются своими номерами в массиве всех вершин манекена.

Для создания произвольного манекена используется трансформация базового, рассчитанного на среднюю типовую фигуру. В первую очередь важно правильно задать длины конечностей и их расположение относительно туловища манекена. Данная задача решается трансформацией «скелета» базового манекена.

Для уточнения формы поверхности нижних конечностей манекена используется метод сжатия/расширения конечностей относительно «кости».

Корректировка поверхности манекена производится с использованием абрисов фигуры человека [1]. Абрис нижних конечностей представляет собой визуальную характеристику по выявлению нежелательных индивидуальных особенностей фигуры человека, которые необходимо учитывать при проектировании поясной одежды.

3D-модель манекена в программе: «Виртуоз LSM: 3D-примерка» представлена на *рисунке 2*

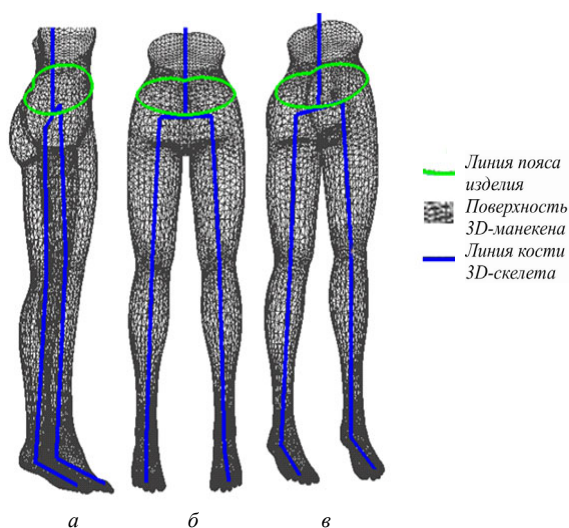


Рисунок 2. Представление трехмерной модели манекена в программе: «Виртуоз LSM: 3D-примерка», с указанием костей и линии пояса изделия: а – вид манекена справа; б – вид манекена спереди; в – вид манекена в полупрофиль

Итогом проделанной авторами работы является программный продукт, свидетельство о регистрации программы для ЭВМ № 2012619193 «Виртуоз LSM: 3D-примерка», 11 октября 2012 г. [7], позволяющий трансформировать 3D-манекен на фигуры с индивидуальными особенностями и проводить виртуальную примерку поясных изделий на манекене [2].

Предложенная работа адресована студентам, аспирантам, преподавателям и читательской аудитории, интересующейся вопросами проблемами автоматизированного проектирования поясной одежды на девушек-подростков с учетом индивидуальных особенностей фигуры.

1. Жбанникова М. А. Использование элементов автоматизированного измерения фигуры с целью проектирования поясной одежды на девушек-подростков. / Молодежь и современные информационные технологии. IX Всероссийская научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых (11 – 13 мая 2011 г.) : сборник статей. – Томск : Национальный исследовательский политехнический ун-т, 2011. С. 37.

2. Жбанникова М. А. Общие концепции и модули программного продукта для снятия размерных признаков особенностей фигуры девушек-подростков в автоматизированном режиме/ М. А. Жбанникова, А. Б. Коробова, А. Г. Бурцев. // Омский научный вестник : секция «Приборы, машины и технологии» – Омск : ОмГТУ, 2011. № 2 (100).

3. 3d-манекен человека [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://steps3d.narod.ru/tutorials/skeletal-animation-tutorial.html> (дата обращения: 18.01.2012),

4. Скелетная анимация [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://wat.gamedev.ru/articles/SkelAnim1?page=2> (дата обращения: 09.01.2012),

5. Скелетная анимация [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://unmail22.narod.ru/Books/3D_XNA4/9.7.html (дата обращения: 09.01.2012),

6. Типы скелетной анимации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.netlib.narod.ru/library/book0077/ch11_01.htm (дата обращения: 24.01.2012),

7. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2012619193 «Виртуоз LSM: 3D-примерка», 11 октября 2012 г.

УДК 677.196

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕПЛООВОГО СОПРОТИВЛЕНИЯ ПАКЕТОВ ПЕРОПУХОВОЙ ОДЕЖДЫ

Т. Ю. КАРГАПОЛОВА

Омский государственный институт сервиса

Главной задачей при проектировании одежды с объемными утеплителями является выбор оптимального пакета.

Существенное влияние на создание комфортного пододежного слоя такой одежды оказывают теплофизические свойства, в частности, воздухопроницаемость, тепловое сопротивление текстильных материалов и пакетов из них.

В ходе проведения предварительных исследований теплофизических характеристик перопуховых пакетов установлено, что масса пуха в отсеке не оказывает существенного влияния на показатели воздухопроницаемости [1].

На рисунке 1 представлен график, выражающий зависимость воздухопроницаемости пакета от массы пуха.

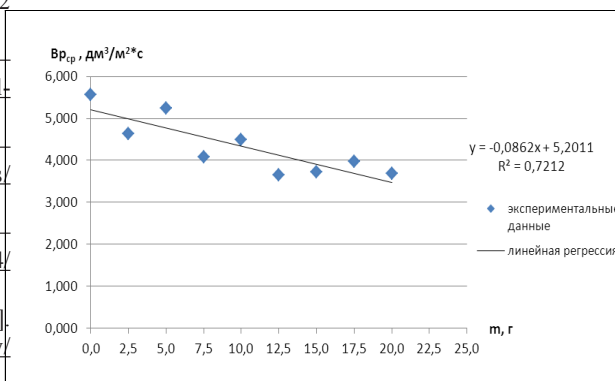


Рис.унок 1. График линейной регрессии, выражающей зависимость воздухопроницаемости пакета от массы пуха

Очевидно, что показатели воздухопроницаемости будут зависеть от структурных характеристик материала верха, в частности, от его плотности.

Тепловое сопротивление является одним из важных показателей для многих текстильных материалов и пакетов, его изучение приобретает все большее практическое значение.

© Т. Ю. Каргаполова., 2013

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

Для расчета теплового сопротивления авторами разработан способ, позволяющий получать достоверную информацию о теплозащитных свойствах материалов, пакетов одежды в условиях, близких к эксплуатационным при небольшой продолжительности испытаний и минимальных энергозатратах.

Для расчета суммарного теплового сопротивления возникла необходимость в разработке методики определения темпа снижения температуры [2].

Суммарное тепловое сопротивление предлагается рассчитывать по формуле:

$$R_{\text{сум}} = S_{\text{пр}} \cdot \phi / c \cdot m,$$

где $S_{\text{пр}}$ – площадь поверхности пробы, через которую совершается теплообмен, м^2 ;

ϕ – время остывания аккумулятора в заданном интервале температур, сек;

c – удельная теплоемкость аккумулятора Дж/кг*К;

m – масса аккумулятора, кг [3].

С учетом данного способа получены графики темпа снижения температуры (рис. 2).

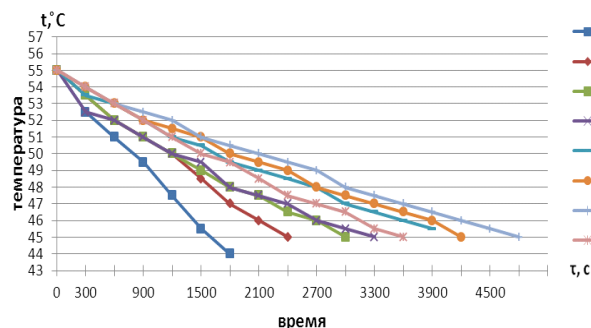


Рис. 2. Темп снижения температуры нагревателя в пероуховых пакетах

На рисунке 3 в виде диаграммы представлены показатели суммарного теплового сопротивления ($R_{\text{сум}}$, $\text{м}^2 \cdot \text{К} / \text{Вт}$) различных пакетов. Полученные данные свидетельствуют о том, что с увеличением массы пуха (до 17,5 г) в отсеке тепловое сопротивление пакета возрастает. Дальнейшее увеличение массы приводит к снижению величины теплового сопротивления. Это объясняется тем, что при увеличении плотности утеплителя (более 17,5 г в отсеке) снижается его пористость и, со-

ответственно начинает, возрастать составляющая теплопроводности пероуховой смеси и пакета в целом.

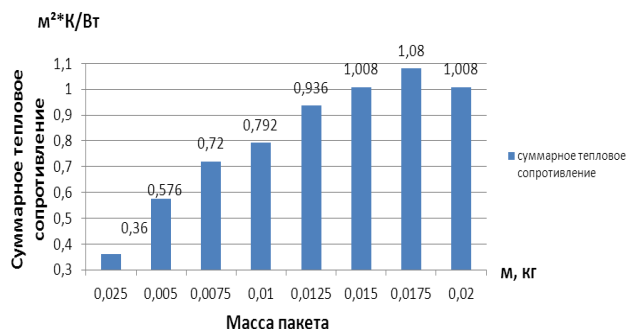


Рис. 3. Показатели суммарного теплового сопротивления пакетов с различной массой пероухового наполнителя

Основной задачей дальнейших исследований является получение уравнения множественной регрессии с целью установления комплексной взаимосвязи основных факторов, определяющих теплозащитные свойства пероухового пакета и выявление наиболее значимых из них.

1. Каргаполова Т. Ю. Проектирование оптимальных пакетов пуховой одежды с учетом теплозащитных свойств // Юбилейная X межвузовская научно-практическая конференция студентов и аспирантов «Молодежь. Наука. Творчество» 2012» Ч. 1.: сборник статей в 2-х ч. Омск : ОГИС, 2011. С. 88–91.
2. Каргаполова Т. Ю. Исследование теплозащитных свойств пакетов пуховой одежды с объемными утеплителями, с учетом конструктивных параметров отсеков / Т. Ю. Каргаполова, В. С. Копытич, М. А. Чижик // Международная научно-практическая конференция, посвященная 35-летию ФГБОУ ВПО «ОГИС» : материалы конференции. Омск : ОГИС, 2013. С. 198–200.
3. Бузов Б. А. Исследование материалов для одежды в условиях пониженных температур / Б. А. Бузов, А. В. Никитин. М. : Легпромбытиздат, 1985. 224 с.
4. Бекмурзаев Л. А. Проектирование изделий с объемными материалами : монография / Шахты : ЮРГУЭС, 2001. 195 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ ДЛЯ БЕРЕМЕННЫХ ЖЕНЩИН

И. А. ШЕРОМОВА, А. А. ПЕСЦОВА

*Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса*

На сегодняшний день статус «беременная» набрал популярность. Появилась так называемая «мода на беременность», что не осталось незамеченным дизайнерами одежды. Несмотря на то, что еще совсем недавно беременность означала практически полное отсутствие стиля, в настоящее время мода для беременных женщин стала еще одной составной частью современной моды.

Но ситуация на потребительском рынке одежды для беременных не самая благоприятная. Анализ источников [1, 2] позволил сделать вывод, что причиной тому являются несколько факторов, наиболее важны из которых следующие:

- особенности современной моды;
- серьезная нарастающая конкуренция на медленно растущем рынке;
- смена покупательских предпочтений;
- предстоящее сокращение рынка.

Современные модные тенденции определяют общие особенности многих моделей обычной женской одежды: свободный крой, трапециевидный силуэт, который все чаще прослеживается в ассортименте верхней одежды. Таким образом, беременным можно носить одежду, специально для них не предназначенную. Такая ситуация обуславливает высокую конкуренцию между одеждой для беременных и обычной одеждой, что уже привело к оттоку покупателей в силу того, что узкий рынок одежды для беременных диктует в целом повышение цены по сравнению с обычной одеждой.

В настоящее время количество специализированных магазинов одежды для беременных постоянно растет. Исходя из показателей рождаемости, численности населения и средней платежеспособности, установлено, что для

крупного города оптимально иметь один магазин на сто тысяч жителей. Однако в большинстве крупных городов их количество значительно выше, что и обуславливает высокую конкуренцию на рынке.

Развитие системы интернет-магазинов приводит к тому, что беременные предпочитают не ходить по магазинам, а приобретать необходимую одежду путем онлайн-продаж. Это негативным образом сказывается на объемах продаж специализированных магазинов для беременных.

Прогнозируемое сокращение рынка одежды для беременных связано со сложной демографической ситуацией. Данная ситуация, прежде всего, обусловлена тем, что в детородный возраст вступает малочисленное поколение девятилетних, когда рождаемость была примерно на 40 % ниже, чем сейчас. Наиболее серьезное падение числа беременных ожидается в 2015–2025 гг.

Кроме того, одежда для беременных женщин на потребительском рынке часто не удовлетворяет запросы потребителей по многим характеристикам. Потребитель сегодня при покупке и выборе изделий, прежде всего, оценивает рациональность вещи, возможность её комфортного использования, т. е. эргономические свойства товара. Немаловажным фактором является и цена товара. Модели известных европейских производителей недоступны для среднеобеспеченных женщин, в то время как относительно недорогие модели из Турции и стран Юго-Восточной Азии зачастую небезопасны в эксплуатации и имеют низкое качество. Одежда немногочисленных российских производителей характеризуется ограниченным ассортиментом моделей и не всегда удачными конструкциями. Это связано с низкой информационной обеспеченностью производителей об особенностях изменений телосложения женщин в период беременности и отсутствием научно-обоснованных методов проектирования [3].

Таким образом, решение проблем, связанных с совершенствованием методов проектирования одежды для беременных женщин, на сегодняшний день является достаточно актуальной задачей.

Можно выделить ряд проблем, связанных с проектированием одежды для беременных женщин, основными из которых являются:

• разработка многофункциональной эргономичной одежды с позиции ее максимального соответствия изменяющейся форме тела беременной женщины;

• разработка нового метода проектирования, позволяющего создавать одежду с пролонгированным сроком эксплуатации, т. е. пригодную для использования на протяжении всего периода беременности и после рождения ребенка;

• разработка конструктивно-композиционного решения одежды, характеризующейся повышенной художественной и информационно-эстетической выразительностью.

Таким образом, для решения актуальных проблем проектирования одежды для беременных женщин необходимо решить целый комплекс важных задач:

• изучить основные функции одежды для беременных;

• исследовать особенности телосложения и изменения внешней формы тела женщины, ожидающей ребенка;

• провести маркетинговые исследования с целью изучения потребительских требований и предпочтений, а также выявления факторов неудовлетворенности потребителей при покупке одежды данного назначения;

• разработать требования к одежде и материалам, а также требования соответствия свойств материалов и конструктивно-технологического решения одежды для повышения уровня качества;

• проанализировать существующие и разработать новые принципы и способы проектирования эргономичных конструкций изделий с пролонгированным сроком эксплуатации, в том числе на основе методов трансформации.

1. Кузнецов Ф. А. Рынок одежды для беременных: непростые времена. <http://www.leprom.ru>

2. Кузнецов, Ф. А. Рынок одежды для беременных в 2013 году – новые тенденции / Ф. А. Кузнецов // <http://www.tlsun.com>

3. Густова Е. Н. Разработка технологии проектирования одежды для женщин в до- и послеродовой период: дис. ... канд. техн. наук: 05.19.04 / Е. Н. Густова. – М., 2003. 344 с.

УДК 687.07

ТРЕБОВАНИЯ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ СЦЕНИЧЕСКОГО КОСТЮМА ДЛЯ АНИМАЦИОННОГО СЕРВИСА

Е. Е. ШАПОВАЛОВА, Е. И. СТАРОДУБЦЕВА,
А. С. ЕРМАКОВ

Российский государственный университет
туризма и сервиса

Современные предприятия, изготавливающие сценические, а также карнавальные костюмы, стараются идти в ногу со временем и расширять область применения своей продукции и рынок сбыта. Особенно актуальное становится предприятие в связи с реализацией Федеральной целевой программы развития внутреннего туризма в Российской Федерации. Для индустрии туризма в нашей стране актуальным является создание объектов развлечения, что позволит туристам увлекательно и с интересом отдыхать в создаваемых туристских кластерах. Учитывая также то, что в России такой сегмент рынка, как шоу-бизнес с каждым годом набирает обороты, а его деятельность непременно связана с визуальным оформлением участников шоу, важным является вопрос изготовления качественных костюмов для шоу или анимационного сервиса в туризме.

Основными стадиями проектирования сценического костюма являются: техническое задание, техническое предложение, эскизный проект, технический проект и рабочий проект.

Обычно традиционные этапы проектирования швейного изделия при изготовлении сценического костюма в полном объеме не выполняются из-за дополнительных затрат на их подготовку. Исходными данными технического задания на костюм являются сценический образ и его выражение в представлении постановщика. Важно данный образ реализовать в привязке антропометрическим параметрам артистов и к художественно-сценическому оформлению

© Е. Е. Шаповалова, Е. И. Стародубцева,
А. С. Ермаков 2013

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

анимационного сервиса, шоу-программы или представления [2].

При создании сценического костюма на этапе технического предложения выполняется анализ моделей-аналогов и костюмированных образов. Это позволяет выявить проблемы в процессе проектирования и установить соответствующий уровень требований к качеству проектируемого изделия. При разработке новых моделей сценического костюма особое внимание надлежит обратить на повышение потребительских показателей качества проектируемого изделия, а именно эстетических, что особенно важно для зрелищной одежды.

При разработке новой модели должны быть учтены потребительские и технико-экономические требования. На втором этапе устанавливаются требования, предъявляемые к проектированию сценического костюма и имеющие свои особенности, связанные с эстетикой, изготовлением и эксплуатацией сценического костюма.

Наиболее значимыми являются функциональные требования, определяющие степень соответствия костюма основной целевой функции – раскрытию образа, характера и привычек героя. Не менее важны эстетические требования – требования художественной выразительности, гармонии, стилевого единства с оформлением шоу-программы. Костюм должен не только эффектно смотреться на сцене, но и гармонично вписываться в общую визуальную концепцию шоу. При проектировании сценического костюма необходимо учитывать эргономические требования, которые характеризуют степень приспособленности костюма к актеру. Сценический костюм – это своего рода рабочая одежда артиста, и поэтому он должен быть по возможности удобным и комфортным.

Одним из важных требований к сценическому костюму является выразительность образа, которая достигается применением различных аксессуаров и деталей, использованием театральных париков и грима.

Отличительной особенностью сценического костюма от повседневного является применение нетрадиционных материалов для одежды. Главной задачей применяемых материалов является достижение зрелищности костюма и передача его характера и формы.

Учитывая то, что актерский состав может меняться, костюм должен быть универсальным в размерно-ростовочных характеристиках. Также универсальность костюма проявляется в возможности его комбинирования в других сценических образах.

На этапе проектирования важно не только определить требования к проектируемому костюму, но и определить пути реализации этих требований. Например, соответствие эргономическим требованиям (удобство одевания и снятия одежды).

При создании художественной модели конструкции костюма используются компьютерные технологии, с помощью которых устанавливаются отделочные элементы, цветовое решение и т. п.

При выборе художественно-конструктивного решения учтена социальная (имущественная) знаковость костюма, то есть принадлежность героини или героя к какому-либо социальному слою, что должно определенным образом характеризовать персонаж.

Итак, результатом выполнения и соблюдения всех этапов создания швейного изделия, сценический костюм должен быть удобен, иметь художественную выразительность и зрелищность.

В проведенной авторами научно-исследовательской работе был апробирован подход при создании сценического женского комплекта под девизом «Королева вампиров» для шоу-программы кафе «Дом родной» на тему «Хэллоуин». Достижение максимального движения рук актрисы данного образа во все стороны, поворотов корпуса происходит за счет проектирования изделия из эластичных материалов «бархат-стрейч», «сетка-стрейч», а также проектирования ластовицы. Кроме того, выполнено требование относительно универсальности костюма, т. е. возможности использования костюма или его деталей в других сценических образах, возможность регулирования размерно-ростовочных характеристик за счет горизонтального членения и использования эластичных материалов.

При анализе вариантов технических предложений костюмов на тему «Вампиры» использовались существующие подобные образы из следующих источников: художественных фильмов, каталогов различных предприятий, специализирующихся на производстве карна-

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

вальных костюмов, работ художников компьютерной графики, в стиле «фэнтези» и иное. На основе проведенного анализа были выбраны наиболее часто встречаемые элементы костюмов данного образа (рис. 1).



Рисунок 1. Аналогии сценического костюма

Выявленные характерные черты оформления костюмированных женских образов на тему «Вампиры» приняты за основополагающие в процессе проектирования новой модели сценического костюма под девизом «Королева вампиров» для шоу-программы.

На следующем этапе проектирования костюма выявляются особенности художественного оформления моделей сценического костюма для шоу-программы «Хэллоуин» на основе изучения тематики костюма, истории и сущности персонажа.

Первые упоминания о князе Владе Дракуле появляются в средние века, поэтому было бы логично использовать элементы костюма средних веков для создания костюма «вампира», указывая зрителю на давнее существование персонажа.

Существует два пути создания исторического костюма: путь реконструкции костюма и путь «современной реплики» на исторический костюм.

Зачастую в современном сценическом костюме используют приемы «стилизации», т. е. намеренное, сознательное использование художником форм, способов и приемов формообразования, созданных ранее в истории искусства, повторение оригинала с небольшими изменениями в деталях.

Художественное оформление сценического комплекта «Королева вампиров» построено на основе анализа костюмированных женских образов и средневекового платья «блио», которое имеет основные значимые художествен-

но-конструктивные показатели прделанного анализа.

Также использован такой прием, как эклектика – искусственное, вторичное соединение элементов содержания и формы, имеющих различное происхождение. Так, например, при проектировании сценического комплекта «Королева вампиров» к дополнению средневекового «блио» используется стилизованный элемент – воротник «а ля Мария Стюарт» (кружевной воротник на проволочном каркасе).

Особую роль в проектировании сценического костюма играют детали, они могут рассказать зрителю о характере персонаже, его истории, социальном статусе и ещё о многом другом. Вампиры – это ценители искусства и моды. Представитель этого рода всегда будет безупречно одет, аккуратен и чист. Будучи бессмертными, они обладают колоссальными знаниями, высоким интеллектом, богатством, могут занимать высокое место в обществе, могут позволить себе окружить себя «королевской» роскошью не только в интерьерах, но и в костюме, в украшениях. Поэтому при проектировании костюма возможно использование изысканных головных уборов в виде, например, короны, украшенной камнями и стразами. Дополнением к костюму может быть бижутерия, перстни. Кроме того, возможно использование дорогой отделки, вышивки золотыми нитями с бисером или её имитации при помощи аппликаций.

Усиливает выразительность образа театральный грим с использованием накладных зубов и ногтей, а также прическа персонажа или театральный парик.

Древние вампиры принадлежат к высшему сословию, а на протяжении многих веков цветом власти и богатства считались пурпурные оттенки. Мрачность образу добавляют черный цвет и цвет крови, роскошь придает использование золотых оттенков.

На основе данных проведенных исследований было разработано конструктивно-технологическое решение сценического костюма (рис. 2). На качественное решение сценического костюма были установлены основные виды показателей: эстетические, определяемые его внешним видом, функциональные и эргономические, которые должны отражать удобство эксплуатации и особые показатели, обеспечи-

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

вающие быструю и легкую смену одежды актера в процессе проведения представления.



Рисунок 2. Элементы внешнего образа сценического костюма

Для обеспечения лучших значений данных показателей в изделии и их соблюдение в технологии изготовления были разработаны вопросы к экспертам. Данные вопросы позволили произвести выбор наиболее ответственных конструктивно-технологических узлов в изделии (таб. 1).

Для опроса экспертов были сформулированы следующие вопросы:

1. Какой из перечисленных конструкторско-технологических узлов оказывает наибольшее влияние на внешний вид сценического комплекта?
2. Какой из перечисленных конструкторско-технологических узлов оказывает наибольшее влияние на надежность и прочность изделия?
3. Какой из перечисленных конструкторско-технологических узлов оказывает наибольшее влияние на удобство пользования проектируемого изделия?

При ответах на вопросы по каждому узлу эксперты дают трехбалльную оценку: 1 балл – не влияет; 2 балла – незначительно влия-

ет; 3 балла – имеет значительное влияние. В качестве экспертов выступают специалисты, изготавливающие изделия, зрители, артисты и руководство шоу-программы.

Обработка экспертных оценок и расчет мер их согласованности были проведены с использованием компьютерной программы. Гистограмма весомости влияния качества изготовления конструкторско-технологических узлов на качество изделия в целом представлена на рисунке 3.

На основании обработки результатов экспертного опроса были выявлены три конструкторско-технологических узла, получившие наивысшую оценку экспертов. Наиболее важными для сохранения установленных эстетических и эксплуатационных показателей качества проектируемого изделия были признаны следующие конструкторско-технологические узлы:

1. обработка боковых швов (узел2);
2. обработка застежки изделия потайной тесьмой «молния» (узел 6);
3. обработка горловины изделия подкройной обтачкой (узел 7).

При разработке конструкции и технологии изготовления сценического костюма необходимо наибольшее внимание обращать на данные конструкторско-технологические узлы в изделии. При изготовлении данных узлов в процессе работы должно использоваться более качественно-функциональное оборудование, квалифицированные исполнители, материал,

Таблица 1.

Кодирование конструктивно-технологических узлов изделия

| Наименование конструктивно-технологического узла | Код |
|--|-----|
| Отделка деталей изделия аппликациями и декором | 01 |
| Обработка рельефов боковых швов | 02 |
| Обработка рельефов | 03 |
| Обработка отлетной детали переда | 04 |
| Соединение рукава с проймой | 05 |
| Обработка застежки платья в среднем шве спинки потайной тесьмой «молния» | 06 |
| Обработка горловины подкройной обтачкой | 07 |
| Обработка низа рукава | 08 |
| Обработка низа платья | 09 |
| Соединение верхней и нижней части платья | 10 |

сырье и все, что способствует соблюдению требований технологии их выполнения.

Представленный подход к проектированию сценического костюма позволяет более полно учесть все факторы и требования, которые необходимо принять во внимание в данном процессе.

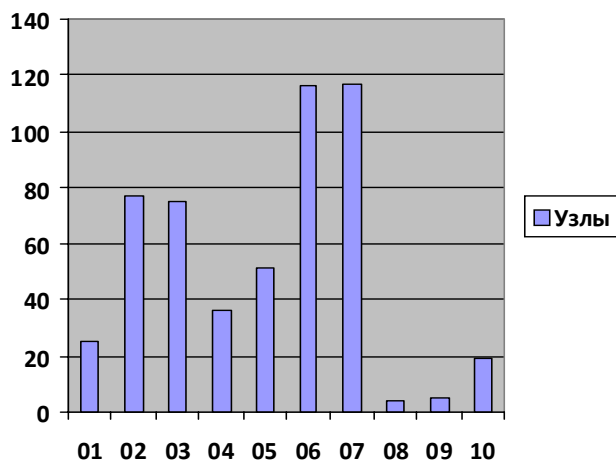


Рисунок 3. Оценки степени влияния конструктивно-технологического узла на установленные показатели качества сценического костюма

1. Медведева Т. В. Конструирование одежды: технологии проектирования новых моделей одежды. М. 2010.
2. Ермаков А. С. Алгоритм моделирования образа клиента. Наука-сервису. X Международная научно-практическая конференция : сб. мат. кругл. стола «Техника и технологии сервиса». Ч. II / М.:МГУС. 2005.

УДК 687.016.5: 687.174

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭРГОНОМИЧЕСКОГО СООТВЕТСТВИЯ СИСТЕМЫ «ЧЕЛОВЕК – ТРАНСПОРТНОЕ СРЕДСТВО» ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ЗАНЯТИЙ МОТОСПОРТОМ

О. Б. ГАВЛИЦКАЯ, Т. Ф. ДАНЦОВА

*Южно-Российский государственный
университет экономики и сервиса*

Повышение интереса граждан России к занятиям физической культурой и спортом, а так же развитие инфраструктуры массового

© О. Б. Гавлицкая, Т. Ф. Данцова, 2013

спорта, строительство новых спортивных объектов, открытие детско-юношеских спортивных школ способствуют оздоровлению нации и популяризации здорового образа жизни. Всё большее распространение получают технические виды спорта: авто- и мотоспорт [1].

Развитие детских и юношеских организаций, авто- и мотошкол, способствует тому что дети с раннего возраста начинают осваивать азы управления различного вида мототехникой. На сегодняшний день развитием детского мотоспорта занимаются во всех крупных городах страны. Принимать участие в соревнованиях мальчики и девочки начинают уже с 7 – 8 лет [2].

В процессе обучения в мотошколе дети получают хорошую физическую подготовку, навыки управления различными видами мототехники, а также знания правил дорожного движения, что является эффективной профилактикой детского дорожно-транспортного травматизма [3].

Увеличение количества людей, занимающихся физической культурой и спортом, приводит к росту спроса на спортивную одежду, инвентарь и аксессуары. В связи с этим актуальным направлением для отечественных предприятий легкой промышленности является разработка и производство новых конкурентоспособных видов одежды для занятий различными видами спорта [2].

Отечественные производители спортивной одежды преимущественно ориентированы на людей, которые занимаются олимпийскими, экстремальными и прикладными видами спорта, а также спортивно-оздоровительным туризмом [2].

Среди производителей экипировки для мотоциклистов в России мало кто занимается производством специальной защитной одежды, в том числе и детской для занятий мотоспортом. Данный вид одежды отличается от любой другой спортивной одежды и является в большей степени одеждой специального назначения. Это связано, прежде всего, с особенностями эксплуатации мототранспортных средств. Дефицит доступной специальной одежды препятствует развитию мотоспорта в России [1].

Из этого следует сделать вывод, что исследование и разработка специальной защит-

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

ной детской одежды для занятий мотоспортом является актуальной задачей, решение которой требует комплексного подхода.

При проектировании специальной одежды первостепенной задачей является обеспечение удобства и безопасности человека. Решение данной задачи заключается в выполнении эргономических требований, предъявляемых к системе взаимодействия человека и транспортного средства в целом. Так как управление мототранспортным средством требует определенных навыков, осторожности и постоянного контроля над совершаемыми манипуляциями, то обеспечение безопасности учащегося зависит, прежде всего, от удобства, что в первую очередь предполагает соответствие размерных характеристик ребенка параметрам мототранспортного средства.

В связи с этим важно исследовать способы обеспечения эргономичности системы «ребенок – мототранспортное средство», которые во многом влияют на конструкцию детской специальной одежды для занятий мотоспортом.

В статье приведены результаты анализа влияния габаритных параметров детских мотоциклов на эргономичность системы «ребенок–мототранспортное средство».

Среди разнообразия мототехники особое место занимают детские кроссовые мотоциклы. Как правило, именно этот класс мототехники находят наиболее подходящим для обучения детей азам вождения, так как данные мотоциклы подходят для езды на площадках и дорогах с любым покрытием.

Изучение ассортимента детских кроссовых мотоциклов показало, что в пределах одной серии происходит их градация по габаритным параметрам. Для оценки соответствия размерных характеристик мотоциклов и их ездовых нами были изучены требования к рациональной посадке человека на мотоцикле.

Главным параметром при выборе мотоцикла является его высота, так как для безопас-

ного управления необходимо, чтобы водитель доставал обеими ногами до земли, когда сидит на сиденье [4]. Таким образом, при подборе мототранспортного средства для обучения ребенка вождению следует руководствоваться следующими параметрами:

- 1) высота сиденья мотоцикла;
- 2) длина ноги человека.

Чтобы определить соотношение размерных характеристик детей и соответствующих им оптимальных параметров мототранспортных средств, нами выполнен анализ размерных характеристик детей в возрасте от 4 лет, потому как обучение управлению мототранспортом возможно с данного возраста.

В процессе изучения возрастных изменений размерных характеристик детей был проведен анализ антропометрических измерений следующих размерных признаков фигур мальчиков: рост, длина ноги. Для анализа использовались данные ГОСТ 17917-86 [5]. Чтобы оценить изменчивость размерных характеристик ребенка в пределах одной возрастной группы, были выбраны минимальные, средние и максимальные значения роста и соответствующие им значения длины ноги. По этим данным составлены графики, отражающие темпы изменения роста детей и изменение величины длины ноги по внутренней поверхности (минимальные, максимальные и средние значения) (рис. 1).

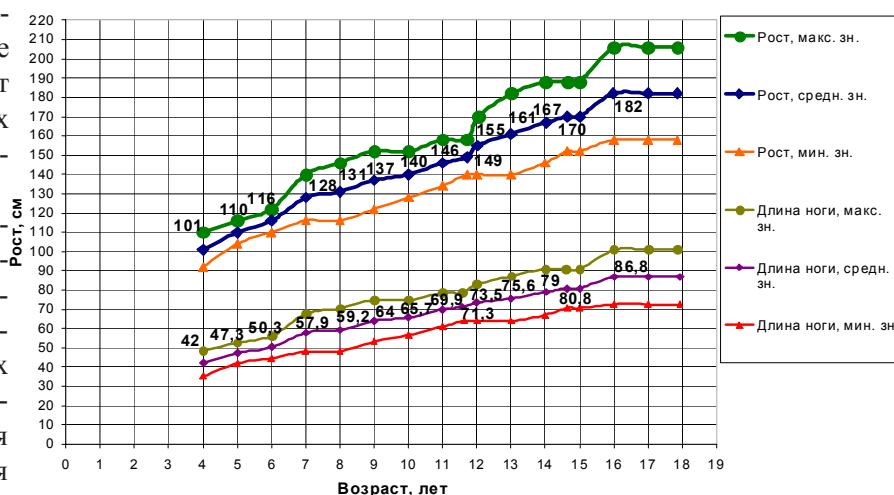


Рисунок 1. Темпы роста человека и изменения величины длины ноги по внутренней поверхности

Для дифференциации мототранспортных средств был проведен анализ 46 моделей детских кроссовых мотоциклов ведущих произво-

Из представленной диаграммы (рис. 2) наглядно видно, что группам мотоциклов, сформированным по размерным параметрам (высота сиденья) соответствуют группы детей разных возрастов, объединенные по ростам. Так, например, мотоциклы с высотой сиденья 48–54 см в наибольшей степени подходят для комфортного и безопасного обучения вождению мотоциклов детей дошкольного возраста (4–6 лет) ростом 101–116 см.

Соблюдение полученных соотношений размеров мотоциклов с параметрами тела человека позволяет выбрать из соответствующей группы мотоциклы, обеспечивающие эргономичное положение для мотоциклиста с конкретными размерными характеристиками.

А это, в свою очередь, дает возможность использовать данные о характерных положениях тела человека при разработке конструкции специального защитного костюма.

Результаты данного исследования положены в основу методики подбора мототранспортного средства в зависимости от размерных характеристик ребенка для обеспечения их безопасного, комфортного и эргономичного взаимодействия в процессе обучения.

1. Гавлицкая, О. Б., Данцова Т. Ф. /Социальная значимость проектирования детской одежды для занятий мотоспортом // Научные технологии на службе экологии человека : материалы международной научно-практической конференции г. Шахты, 14–16 ноября 2012 г. Новочеркасск: ЛИК, 2012. С.9–12.

2. Гавлицкая О. Б., Данцова Т. Ф. К вопросу проектирования детской одежды для занятий мотоспортом // III Международная научно-практическая конференция «Текстиль, одежда, обувь, средства индивидуальной защиты в XXI веке», 29–30 марта 2012 г.: материалы. Шахты : ФГБОУ ВПО «ЮРГУЭС», 2012. С. 226–231.

3. Деятельность учреждения: основные направления / ГБОУ ДОД НСО «Автомотоцентр», 2003–2011 / Режим доступа <http://www.amcnsk.ru/?q=maintrends>

4. Ксенофонтов И. В. Основы управления мотоД-

УДК 687

ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ С УЧѢТОМ БИОСОЦИАЛЬНЫХ ПРИЗНАКОВ ЧЕЛОВЕКА

Е. В. БОГОДУХОВА

Армавирская государственная педагогическая академия

Набирает силу постепенное уменьшение роли массового производства одежды и его трансформация в новую сферу с более гибкой индивидуализацией и персонализацией, в сочетании с новейшими схемами продвижения товаров к потребителям. Оно основывается на новых процессах и технологии проектирования, в которых одежда имеет значение не сама по себе, а только на определённом носителе – человеке.

Проектирование и производство одежды – это сложный комплексный процесс, объединяющий в себе решение художественных, технических и социальных задач, направленных на удовлетворение физиологических и психологических требований потребителя и повышение экономичности производства. Несбалансированность этих требований приводит к неэффективности, как сбыта, так и производства одежды. Это требует от проектировщиков нового осмысления процесса проектирования как системной самоорганизующейся целостности – «мир – среда – человек – одежда – производство – рынок», в которой, человек выступает как целеустремлённая система, объединяющая и регулирующая её часть.

Покупая товар, человек выбирает и оценивает не только его материальное качество – соответствие стандартам и техническим условиям, но и приобретает возможность выразить свою индивидуальность одеждой, получить моральное удовлетворение. Выбор одежды – процесс сложный, многоуровневый, так как человек использует одежду не только по прямому назначению (обеспечение физиологического комфорта), но и для демонстрации личных ценностей и качеств [9]. Несмотря на то

© Е. В. Богодухова, 2013

что человек уникален, имеется ряд факторов, по которым люди объединяются в группы по сходству тех или иных признаков – темперамента, характера, имиджа и др. В каждой из таких групп находят отражение некие внутренние установки человека, система ценностей, сформировавшаяся в его сознании [8].

Мода последних двух десятилетий носит рекомендательный, а не диктаторский характер. Ставка на собственную индивидуальность является в настоящее время общей тенденцией в групповом разнообразии потребителей одежды. Результаты исследований Л. П. Шершнёвой и ряда других учёных [1, 2, 3, 5] показали, что биосоциальные признаки личности оказывают влияние на выбор конструктивно-композиционных признаков и свойств одежды.

Наиболее существенной проблемой, связанной с производством качественной одежды, является соответствие визуальных и конструктивных признаков одежды на фигуре человека основным тенденциям моды. Очертания и размер деталей, местоположение и конфигурация линий, структура пакета, конструкция узлов и соединений, должны обеспечивать адекватность одежды, выполненной в материале и надетой на человека, визуальным признакам моды [9].

Образ будущего изделия должен строиться через точное представление и понимание образа будущего потребителя, точного, целевого и функционального назначения одежды, в результате чего формируется система потребительских свойств одежды. Одним из эффективных направлений решения проблемы удовлетворения требований потребителей к свойствам одежды, является персонализация её производства. Это привело к развитию малого бизнеса, направленного на удовлетворение индивидуального потребителя. Стоимость изделий таких предприятий высока, а эффективность производства низка.

В последние годы одним из приоритетных направлений решения проблемы удовлетворения спроса потребителей за счёт выпуска высококачественной и конкурентоспособной одежды является адресная ориентация предприятий, основанная на выявлении групп потребителей, габитарные признаки которых учтены при разработке моделей.

Необходимость и эффективность такого проектирования подтверждается результатами исследований Л. П. Шершнёвой, Г. С. Овсянн, И. М. Акимочкиной и др. [2, 6, 9]. В работах доказана необходимость сегментирования рынка потребителей и разработка моделей и конструкций, адаптированных к антропоморфологическим признакам выделенных групп.

Вопрос адресного проектирования, по нашему мнению, до конца не решён из-за отсутствия габитарных групп потребителей и методики их определения. Существующие на сегодняшний день в психологии, антропологии, биологии и других науках классификации человека рассматривают отдельные признаки физиологических и личностных особенностей. Длительное время производство одежды было ориентировано на типовую фигуру с учётом ведущих размерных признаков (Р, Ог, Об). Для современного производства одежды эти данные недостаточны, т. к. не дают полного, комплексного представления о человеке как о социальном и биологическом существе. Повысилась роль социальной и эстетической функции одежды, подчёркивающей индивидуальные качества потребителя.

Проводящиеся нами исследования под руководством д.т.н., профессора Л. П. Шершнёвой направлены на решение проблемы проектирования одежды с учётом биосоциальных признаков человека. Результаты, полученные на первом этапе исследования, позволили сделать вывод о наличии ранее не выявленного типа фигуры, выходящего за рамки известных типов сложения женщин. Другими словами, фигура каждого человека индивидуальна, часто имеет присущие только ей особенности, встречаются расхождения с типовыми показателями (сутулость, существенная полнота отдельных частей тела, покатые плечи, кривизна ног). В подобных случаях требуются дополнительные размерные характеристики.

Следовательно, работа конструктора по проектированию одежды должна быть механизирована. Мы считаем, что в этой работе перспективно использование инновационных технологий, таких как бодисканер.

Бодисканер (3D-сканер) – система трехмерного сканирования фигуры человека для получения наиболее полной информации о поверхности тела бесконтактным методом. В

Секция 1. Проектирование изделий легкой промышленности

трехколонном бодисканре VITUS Smart LC3 фирмы «Human Solutions» (Германия) используется принцип двойной триангуляции: одна камера установлена выше лазера и с небольшим углом наклона вниз, другая камера установлена вне связи с лазером и с углом наклона вверх. Это позволяет просмотреть «скрытые» области под подбородком и подмышечных впадин при поднятых руках. Однако там, где поверхности перекрывают друг друга, геометрическая модель не может быть полностью восстановлена. Например, область подмышечных впадин при опущенных руках, область внутренней поверхности ног при их положении «вместе». Специальная процедура калибровки позволяет объединить полученные данные в систему мультитачиков и получить изображение единой трехмерной модели. За 12 секунд можно получить 40 измерений со средней величиной погрешности менее 3 мм. Информация о параметрах человека со временем позволяет создать определенную размерную базу клиентов. Когда измерения выполнены с помощью 3D-сканера, все данные доступны в цифровой форме, они точны, их легче обрабатывать.

Отсутствие в настоящее время масштабных антропометрических исследований женских фигур и учёта потребностей населения в производстве одежды делает актуальным изучение региональных биосоциальных особенностей людей. Эта проблема может быть успешно решена благодаря мобильности 3D-сканера, точности и скорости его работы.

Таким образом, результаты проводимых нами исследований, при условии их внедрения в мелкосерийное производство, позволят осуществить адресный подход к проектированию одежды, расширить ассортимент моделей и повысить удовлетворённость населения в одежде и сбыт продукции.

индивидуального потребителя: учебное пособие для студентов высш. Учеб. заведений / 2-е изд., стер. М. : Издательский центр «Академия», 2004. 120 с.

4. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / 4-е изд., испр. И доп. М. : КДУ, 2010. 228 с.

5. Килошенко, М. Психология моды / М. Килошенко – СПб: СПГУТ, 2001. 192 с.

6. Овсянян Г. С., Разработка особенностей дизайна женской одежды на полную фигуру: автореферат. М. : МГУДТ. 2012. 25 с.

7. Петрова Е. С. Разработка технологии рационального конфекционирования тканей при проектировании однослойной одежды. Дис. 2006.

8. Федотова И. В. Автоматизация конструктивного моделирования форм женской плечевой одежды : дис. ...канд. техн. наук : 05.19.04. Москва, 2006. 164 с.

9. Шершнёва Л. П., Ларькина Л. В., Пирязьева Т. В. / Основы прикладной антропологии и биомеханики: учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ИД «Форум»: ИНФРА – М, 2011. 160 с.

1. Авдеева Л. В. Разработка технологии проектирования поясной одежды на фигуры с проблемным тазобедренным поясом. Диссертация. На правах рукописи. Москва. 2011. (139-140 с.) + с приложениями

2. Акимочкина И. М. Разработка метода автоматизированного проектирования разверток объемно-пространственных форм моделей одежды с учетом адресных принтипов. Дис. Москва, 2007. 279 с.

3. Бескоровая Г. П. Конструирование одежды для

СЕКЦИЯ 2. ИНДУСТРИЯ МОДЫ И КРАСОТЫ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 675.6.025.6:517.4

РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАЦИИ ПОРОКОВ ОВЧИННО-ШУБНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СЛОЖНОСТИ КОНТУРА

Г. М. АНДРОСОВА*, О. В. СВИРИДЕНКО*,
Ю. Р. ПРЕЙС**

*ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса»,

**ФГБОУ ВПО «МГУТУ» им. К. Г. Разумовского
в г. Омске

Одной из важных задач при автоматизации процесса проектирования меховых изделий остается описание сложного контура меховых шкурок и их пороков математической функцией, которая позволит точно рассчитать площадь шкурки и ее пороков, произвести рациональную раскладку лекал изделий. [1]

В векторной графике рассматриваются различные методы и способы описания контуров с заданной точностью на основе линейной, круговой аппроксимации, сложными функциями (сплайнами, кривыми Безье, степенными и тригонометрическими полиномами). Несмотря на такое разнообразие, для описания контуров натуральных меховых полуфабрикатов и их пороков в системе раскладки лекал предпочтительным является кусочно-линейная аппроксимация. При кусочно-линейной аппроксимации осуществляется замена участков криволинейного контура отрезками прямых. Погрешность аппроксимации должна быть меньше заданной величины. Величина погрешности зависит от шага аппроксимации. Чем меньше шаг, тем точнее аппроксимирующий контур. В результате кусочно-линейной аппроксимации контур лекала швейного изделия представляет собой

многоугольник, вершины которого называются узлами аппроксимации. Координаты узлов фиксируются последовательно, в порядке обхода контура. Чем точнее контур лекала, тем больше точек задействовано, тем больше объем машинной памяти используется.

Так как создание раскладок в автоматизированном режиме за приемлемое время в случае нелинейного описания контуров становится практически невозможным, кусочно-линейная аппроксимация контуров деталей и натурального меха позволяет создавать мощную гибкую систему правил работы с лекалами в процессе раскладки [2].

Следующий метод описания контуров – метод линейно-круговой интерполяции. Он осуществляется с помощью построения окружностей (способ биарков) через последовательно расположенные тройки точек. При данном способе через два соседних участка контура строится пара сопрягающихся дуг окружности. Общая кривая, составленная из двух дуг, называется биарком. Способом биарков можно аппроксимировать любой участок контура лекала. Наибольшее распространение при математическом описании получили методы сплайн-интерполяции. При данном методе сегмент кривой строится через три точки, в двух из которых заданы направления касательных векторов.

Еще один распространенный способ описания сложных контуров – это кривые Безье. Кривая Безье является гладкой кривой, то есть она не имеет разрывов и непрерывно заполняет отрезок между начальной и конечной точками. А при помощи кривых создание сложных контуров сводится к очень простым интуитивно понятным манипуляциям. Кривая Безье – это целое семейство кривых, из которых используется частный случай с кубической степенью, то есть кривая третьей степени, описываемая таким уравнением:

$$B(t) = (1-t)^3 P_0 + 3t(1-t)^2 P_1 + 3t^2(1-t) P_2 + t^3 P_3, \\ 0 \leq t \leq 1 \quad (1)$$

Линия берет начало из точки P_0 направляясь к P_1 и заканчивается в точке P_3 подводя к

Секция 2. Индустрия моды и красоты: опыт и перспективы

ней со стороны P_2 . То есть кривая не проходит через точки P_1 и P_2 , они используются для указания её направления. Длина отрезка между P_0 и P_1 определяет, как скоро кривая повернёт к P_3 .

Кроме того, фигуры, нарисованные при помощи контуров, можно трансформировать и масштабировать без потери качества. Контур состоит из четырех основных элементов. На рисунке 1 показана структура контура.

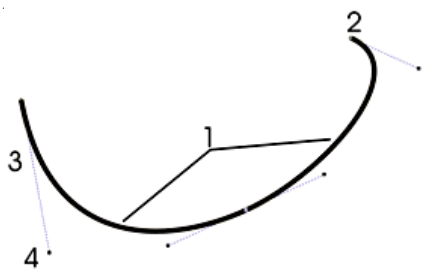


Рисунок 1. Структура контура

Основные элементы контура.

1. Непосредственно кривая Безье. Именно она называется контуром. Все остальные элементы служат только для того, чтобы придать кривой нужную форму.

2. Якорная точка. Кривая Безье с двух сторон ограничена именно этими линиями, они во многом определяют ее форму. В случае если в контуре больше двух якорных точек, то, следовательно, он состоит из множества кривых Безье. Якорные точки можно передвигать относительно друг друга, настраивая вид пути.

3. Направляющая линия. Эта линия выходит из якорной точки. Она является касательной, это значит, что эта линия касается прямой только в одной точке и любые изменения, которые будут производиться с направляющей линией, будут самым прямым образом отражаться и на кривой. Направляющих может быть одна или две.

4. Маркер. Фрагмент, которым заканчивается направляющая линия. Служит маркер для изменения длины и положения направляющих. Важное значение имеет и длина направляющих. Она определяет амплитуду кривой, или, если проще, - степень «выгнутости».

Кривая Безье, используя математический язык, «аффинного инвариантна», сохраняет свою форму при масштабировании. Изменение положения хотя бы одной из контрольных

точек ведет к изменению формы всей кривой Безье. Из множества таких элементарных кривых составляется контур произвольной формы и произвольной сложности. Таким образом, с помощью этого способа можно описать контур практически любой сложности [3].

Чтобы описать порок на овчинно-шубном полуфабрикате математическим способом, нужно учесть размер и местоположение порока. Чем сложнее форма контура лекал и пороков полуфабрикатов, тем больше процент межлекальных отходов в раскладке, который можно определить по формуле:

$$Вф = (1 - Сл/Sp) \cdot 100 \%, \quad (2)$$

где Sp – площадь раскладки, $дм^2$;

$Сл$ – площадь лекал, $дм^2$. [2]

Поэтому, чтобы минимизировать эти расходы, нужно описать эти пороки таким образом, чтобы формулы описывали эти пороки очень близко к их контуру.

Способ описания порока зависит от сложности его контура. Чем сложнее конфигурация контура, тем большее количество контрольных точек требуется для его описания. Так как пороки овчинно-шубных полуфабрикатов многочисленны и разнообразны, целесообразной является их классификация в зависимости от сложности описания контура. Таким образом, предложено разделить пороки на три группы.

К группе под названием «Простые» относятся пороки, контуры которых можно описать, используя метод окружности по одной контрольной точке. Представителями данной группы являются навал, кожедины, дыры, накости и другие пороки.

В группу «Средние» входят разрывы, подрезы, царапины и прорезы. Контуры этих пороков можно задать, используя метод отрезков по двум точкам начальной и конечной.

Группа «Сложные» включает пороки, контуры которых образованы четырьмя и более контрольными точками. Сюда входят ломины, безличины, вытертые места, ржавчины и другие пороки. Их контуры являются самыми сложными и для их описания предложено использовать сплайновый метод [4].

Существующие на сегодняшний день программные разработки не позволяют это осуществить. Поэтому одной из важных задач при автоматизации процесса проектирования меховых изделий остается описание сложного

контура меховых шкурок и их пороков математической функцией, что необходимо для точного определения площади шкурки и учета ее пороков для выполнения рациональной раскладки лекал изделий.

1. Старовойтова А.А. Автоматизация проектирования рационального размещения шаблонов на правленном пушно-меховом полуфабрикate: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата технических наук, Омск, 2006. 18 с.

2. Камторович, Л. В., Залгаллгер В. А., Рациональный раскрой промышленных материалов / Новосибирск: Наука, 1971. 254 с.

3. Роджерс Д., Адамс Дж. Математические основы машинной графики. М.: Мир, 2001. 604 с.

4. Производство / Производство овчинно-шубных изделий // Технология изготовления изделий из шубной овчины и мехового велюра /// <http://bbsv.ru/index.htm>.

УДК 675

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОВЧИННО-ШУБНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

Г. М. АНДРОСОВА, О. В. СВИРИДЕНКО,
С. В. МИШИНА

Омский государственный институт сервиса

На качество изделий из шубной овчины большое влияние оказывает сортность набранных полуфабрикатов, так как пороки снижают ценность шкурок и выпускаемых изделий, а также затрудняют переработку овчинно-шубного полуфабриката. В нагольных изделиях особое значение уделяется свойствам кожаной ткани, так как изделие носится мехом внутрь.

К порокам, влияющим на качество нагольных изделий, относят дыры, ломины, сквозные прорезы, глубокие подрезы и выхваты кожаной ткани (более 1/3 толщины кожаной ткани), ороговевшие места и другие. Такие пороки можно подразделить на две группы: снижающие прочность изделия (дыры, сквозные прорезы и т. д.) и ухудшающие его внешний вид (ломины).

В настоящее время в производство поступают шкурки с предварительно устраненными

пороками (например, при покрывном (плечном) крашении кожаной ткани шубной овчины устраняются внешние пороки кожаной ткани), с допустимыми пороками или некондиционные. К порокам, которые невозможно устранить на этапе отделки овчинно-шубных полуфабрикатов, относятся дыры, разрывы, прорезы, отдушистость, ломины, плешины, грубая кожаная ткань, пашины и др. Такие виды пороков обходят при выполнении раскладки, используя конструктивный способ. При таком способе раскроя остается большое количество межлекальных отходов, что приводит к нерациональному использованию полуфабрикатов и в результате низкому коэффициенту использования их полезной площади.

Процент использования площади меховых шкурок (P_u) показывает, какая часть площади шкурки в зависимости от ее вида, группы пороков и вида изготавливаемых изделий должна быть использована при раскroе. Процент использования представляет собой отношение площади лекал изделия к общей площади меховых шкурок, необходимых для изготовления данного изделия, умноженное на 100, величина которого определяется по формуле:

$$P_u = (S_l / S_{\text{общ}}) \cdot 100, \quad (1)$$

где S_l – площадь лекал изделия, дм^2 ;
 $S_{\text{общ}}$ – общая площадь шкурок, необходимая для изготовления изделия, дм^2 .

Для увеличения коэффициента использования полезной площади овчинно-шубных полуфабрикатов возможно использование декоративного способа устранения пороков. Основным принцип данного способа заключается в том, что на этапе раскладки лекал деталей изделия располагают на полуфабрикate, в соответствии с ГОСТ Р 52585-2006 «Одежда из меховых шкурок с отделкой кожаной ткани и шубной овчины. Общие технические условия», без учета пороков. На следующем этапе производится анализ расположения пороков на деталях изделия и возможности их устранения с использованием декоративных отделок. В случае если дефекты находятся на участках, где отделка не применима, производится корректировка раскладки.

Сравнительный анализ эффективности применения конструктивного и декоративного спо-

Секция 2. Индустрия моды и красоты: опыт и перспективы

совов устранения пороков был выполнен на примере раскладок лекал женских полупальто и куртки. Для раскладки женского полупальто с применением конструктивного способа использованы 6 шкурок первого и второго сорта, общей площадью 166,2 дм². Площадь лекал составила 100,9 дм². Процент использования составил 60,71 %. Кроме этого для увеличения коэффициента использования на выпадах были разложены детали дополнительных изделий: детских рукавиц и чехол для мобильного телефона, шт, детская пинетка, шт, общая площадь которых 6,09 дм². В результате чего P_u увеличился до 64,97 %.

Раскладка лекал женской куртки с общей площадью лекал 97,4 дм² выполнена на четырех полуфабрикатах первого и второго сорта, площадь которых 164,6 дм². В случае использования конструктивного способа устранения дефектов процент использования составил 59,2 %. В результате размещения на выпадах лекал двух пар детских рукавиц, одной пары детских пинеток и четыре аксессуаров для мобильных телефонов, общей площадью 25,07 дм², P_u составил 74,4 %.

Раскладки лекал женского полупальто и женской куртки с использованием декоративного способа устранения дефектов выполнялись на тех же полуфабрикатах. В качестве декоративной отделки для куртки предложена роспись акрилом и декорирование швов натуральной кожей. Для рукавиц в качестве отделки может быть использована роспись или вышивка, так как для детских изделий такая отделка будет более эстетичной. Для чехлов предложены вставки из натуральной кожи и перфорация.

В результате рационального выполнения раскладок без обкраивания пороков позволило получить процент использования площади овчинного полуфабриката при раскладках полупальто 71,84 %, куртки – 80,50 %. Кроме этого, увеличилось количество дополнительных изделий, выкраиваемых одновременно с основным изделием. Результаты проведенного сравнительного анализа конструктивного и декоративного способов устранения пороков в изде-

лиях из овчинно-шубных полуфабрикатов представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Использование овчинно-шубных полуфабрикатов при конструктивном и декоративном способах устранения пороков

| Основное изделие | Способы устранения пороков | | | |
|-----------------------------------|----------------------------|--------------|----------------|--------------|
| | женское полупальто | | женская куртка | |
| | конструктивный | декоративный | конструктивный | декоративный |
| $P_u, \%$ | 64,97 | 71,84 | 74,40 | 80,50 |
| Дополнительные изделия: | | | | |
| детские рукавицы, шт | 1 | 2 | 2 | 3 |
| чехол для мобильного телефона, шт | 1 | 4 | 4 | 5 |
| детские пинетки, шт | | | 1 | 1 |

Таким образом, в результате использования декоративного способа устранения пороков при выполнении раскладок получено увеличение использования площади овчинно-шубных полуфабрикатов. Это значительно превышает показатели эффективного использования полуфабрикатов от применения конструктивного способа устранения пороков и раскладки деталей дополнительных изделий.

УДК 65.011: 677.634

АНАЛИЗ СВОЙСТВ ПУШНО-МЕХОВОГО ПОЛУФАБРИКАТА, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ РЕЖИМЫ ПОДГОТОВИТЕЛЬНОГО ЭТАПА СКОРНЯЖНОГО ПРОИЗВОДСТВА

А. А. СТАРОВОЙТОВА, Л. Н. БОДРЯКОВА,
Н. И. КОВАЛЕВА

Омский государственный институт сервиса

До конца 80-х гг. прошлого века Россия занимала лидирующие позиции в меховой отрасли не только по объемам рынка, но по ассортименту и качеству производимых изделий, на тот момент отечественному производству принадлежало порядка 35 % мирового рынка. В настоящее время объем выпускаемой продукции значительно сократился, производственные мощности загружены только на 30 – 40 %. Одной из причин является жесткая конкуренция на рынке, низкая техническая оснащённость отечественных предприятий. Поэтому задача совершенствования и повышения эффективности функционирования швейных предприятий, производящих изделия из пушно-мехового полуфабриката, в настоящее время является приоритетной.

Анализ процессов скорняжного производства показал, что основные технологические операции подготовительно-раскройного производства предприятий по изготовлению изделий из натурального меха такие, как сортировка пушно-мехового полуфабриката и наборка на изделие, выполняются вручную на основе многократного перебора и сравнения характеристик пушно-мехового полуфабриката и являются наиболее трудоемкими. Пушно-меховой полуфабрикат, в отличие от других швейных материалов, имеет ограниченный контур сложной конфигурации.

Опрос специалистов отрасли и проведенные исследования позволили установить, что наиболее значимыми в процессах подготовительно-раскройного производства и в частности

для размещения шаблонов на скрое изделия, являются следующие свойства пушно-мехового полуфабриката: линейные размеры и площадь шкурок; свойства волосяного покрова (длина, высота, густота, цвет); пластичность кожаной ткани; наличие пороков, форма и размеры шаблонов, размещаемые на полуфабрикате.

На первом этапе программное обеспечение, разработанное в среде «BORLAND C++», реализует методику определения линейных размеров и площади мехового полуфабриката. Программное обеспечение построено по модульному принципу.

Первый модуль предназначен для хранения, загрузки, отображения и обработки изображений и контуров шкурок. Он обеспечивает также пользовательский интерфейс и интерактивную помощь. Модуль позволяет управлять режимами отображения и редактирования. Считывание изображения полуфабриката, полученного с помощью цифрового фотоаппарата, происходит из файла. Пользователем производится выбор так называемого физического масштаба, который необходим для вычисления ширины и высоты изображения. Так как контур меховой шкурки имеет сложную конфигурацию, его принято описывать кубическими сплайнами (рисунком 1).

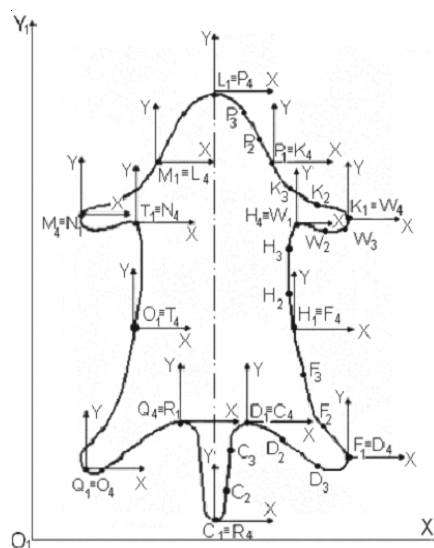


Рисунок 1. Контур меховой шкурки, разбитый на сплайны

Секция 2. Индустрия моды и красоты: опыт и перспективы

Для формирования сплайнового контура полуфабриката существует два режима работы: ручной, который предназначен для просмотра и корректировки полученного контура, а также для управления параметрами отображения, и автоматический режим (рисунк 2).

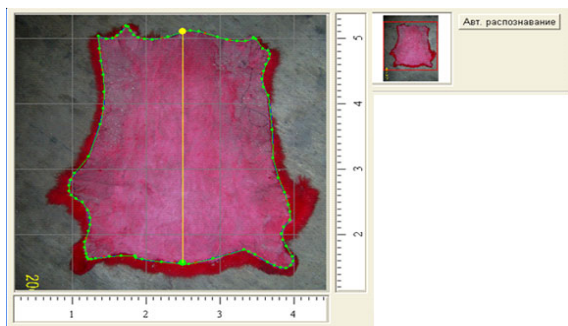


Рисунок 2. Диалоговое окно программы «Сплайновый контур меховой шкурки»

Для увеличения гладкости границ шкурки на изображении и удаления шума производится линейная фильтрация. После выполнения всех этапов автоматического поиска контура происходит добавление точек в структуру данных и уточнение контура (рисунк 3).

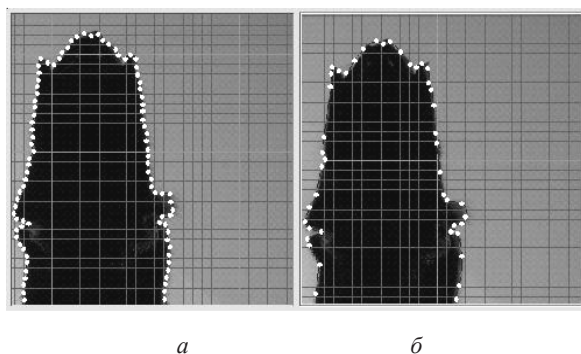


Рисунок 3. Контур шкурки: а – до уточнения; б – после уточнения

Расчетный модуль позволяет рассчитать площадь меховой шкурки.

На втором этапе программное обеспечение позволяет на основе анализа цифрового изображения шкурки, определять изменения длины волосяного покрова по ширине шкурки пушно-мехового полуфабриката (рисунк 4).

При выполнении сортировки данных показатель измеряется для каждой шкурки.

Обработка партии полуфабриката может выполняться в автоматическом режиме. Создаваемая база данных позволяет определить длину остевых и пуховых волос в любой точке по ширине шкурки (рисунк 5).



Рисунок 4. Диалоговое окно программы

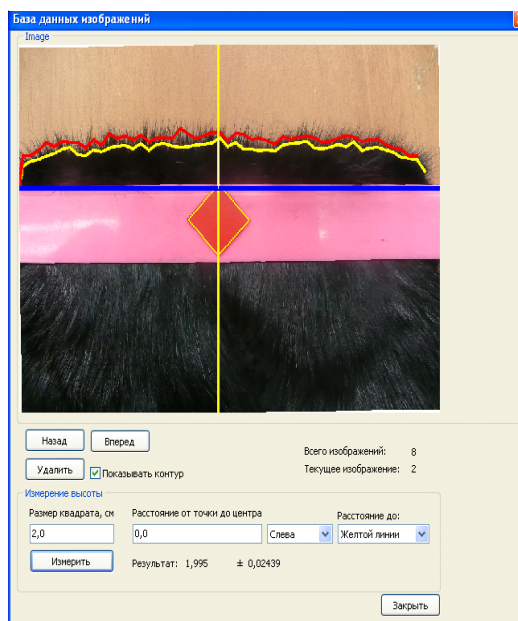


Рисунок 5. Определение длины волосяного покрова в точке

В соответствии с показателями партия разбивается на группы. Сведения о вышеперечисленных свойствах пушно-мехового полуфабриката заносятся в базу данных, фиксируется количество шкурок, удовлетворяющих признакам группы.

На следующем этапе решается задача рационального размещения шаблонов на лекалах скроя. Форма лекал мехового скроя задается с помощью пограничных точек, которые определяют ширину и высоту лекал

скроя. В настоящей версии программы выбор параметров размещения шаблонов на лекалах выполняется в ручном режиме. В ходе последующих исследований планируется решить задачу автоматизации процесса выбора схемы размещения шаблонов на лекалах мехового скроя в зависимости от имеющегося в наличии пушно-мехового полуфабриката (рисунки 6).

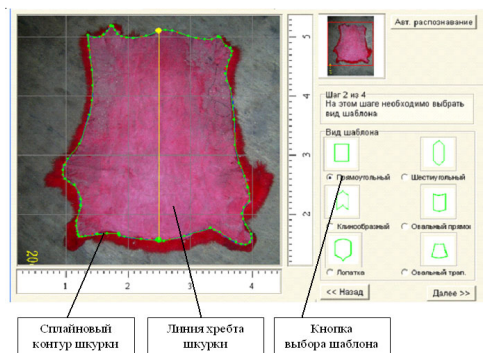


Рисунок 6. Выбор параметров размещения шаблонов на лекалах

На основе полученных размеров шаблона и информации о свойствах имеющегося в наличии пушно-мехового полуфабриката реализуются алгоритмы размещения шаблонов заданных форм и параметров на шкурке. После преобразования сплайнового контура в полигональный выполняется размещение шаблона с учетом принятых ограничений (рисунки 7). Расчетный модуль позволяет рассчитать полезную площадь меховой шкурки, а также площадь размещенного шаблона и коэффициент использования полуфабриката.

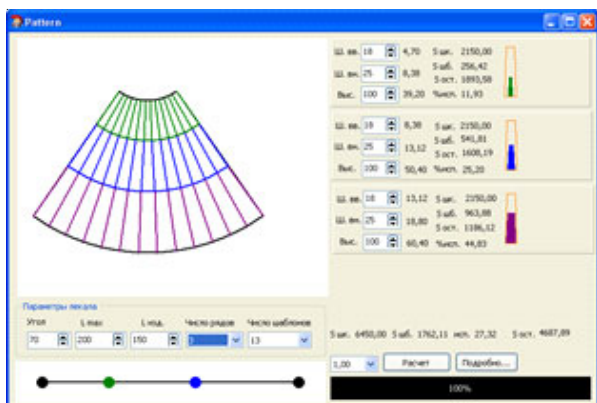


Рисунок 7. Размещение шаблона на контуре шкурки

Разработанное программное обеспечение позволит сократить трудоемкость процессов подготовительно-раскройного производства и повысить рациональность его использования путем внедрения информационных технологий для определения свойств пушно-мехового полуфабриката, сбора и накопления информации об имеющихся в наличии партиях, выполнении сборки полуфабриката на основе собранной информации для изделия с учетом установленных требований и расчета размеров шаблона.

УДК 687.02

РАЗРАБОТКА КЛЕЕВОЙ ТЕХНОЛОГИИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ТРИКОТАЖНОГО ПОЛОТНА И ИСКУССТВЕННОГО МЕХА

О. В. СМИРНОВА, Л. Н. БОДРЯКОВА

Омский государственный институт сервиса

Одной из важных задач швейных предприятий и предприятий сервиса является обеспечение потребности потребителей в одежде разнообразного ассортимента, соответствующего современным требованиям моды путем производства конкурентоспособных изделий в технологических процессах высокой эффективности. Одним из направлений повышения эффективности технологических процессов является разработка малозатратных ресурсосберегающих технологий. Работы в данном направлении проводятся студентами специальности «Сервис» Омского государственного института сервиса под руководством преподавателей кафедры «Сервиса и технологий изделий легкой промышленности». Одной из последних прикладных работ, выполненных силами студенческой экспериментальной лаборатории, стала разработка моделей, способа и технической документации к процессу изготовления оригинальных жилетов из искусственного меха, комбинированного с трикотажем.

Еще совсем недавно искусственный мех считали явлением вульгарным и дешевым, особенно те, кто мог себе позволить

© О. В. Смирнова, Л. Н. Бодрякова, 2013

Секция 2. Индустрия моды и красоты: опыт и перспективы

наслаждаться роскошью натурального меха. Между тем, сегодня становление экотрендов в моде поменяло ситуацию практически кардинально. Многие известные люди, модели и дизайнеры уделяют внимание именно искусственному меху как явлению исключительно экологическому.

Многие звезды перешли на синтетический мех. Тем более что жертва эта небольшая. Благодаря современным технологиям, определить натуральность меха на глаз бывает почти невозможно. Из искусственного меха шьют пальто, болеро и жилеты, которые знаменитые модницы с удовольствием носят, не только повседневно, но и выходя на красную дорожку. В этих вещах были замечены Лиз Херли, Виктория Бекхэм, Кэтрин-Зета Джонс и многие другие.

Болеро Виктории Бекхэм – это яркий ответ тем, кто убежден, что искусственный мех выглядит дешево. Никто даже не заподозрил, что аксессуар Виктории сшит из синтетических лисьих шкур [1].

Технология, разработанная студентами Омского государственного института сервиса, заключается в использовании клеевой технологии одновременного создания рельефной лицевой поверхности изделий и эстетичного оформления изделий с изнаночной стороны для малозатратных изделий из искусственного меха и трикотажа (рисунки 1).



Рис. 1. Трикотажные жилеты с наклеенными полосами искусственного меха

Использование трикотажа как основы мехового изделия позволяет добиться желаемого результата снижения материальных и трудовых затрат, придать высокую пластичность и легкость изделию.

Применение искусственного меха позволяет снизить стоимость изделия. Как говорилось выше, искусственный мех давно зарекомендовал себя как у производителей, так и потребителей. Он не теряет форму, не выгорает и долго сохраняет густоту ворса, легко драпируется и приятен на ощупь. В качестве сырья для производства искусственного трикотажного меха используют синтетические нити, а именно 100% полиэстер.

Для изготовления изделия применялся искусственный мех типа «чернобурка». Данный материал по многим эксплуатационным характеристикам не уступает натуральному полуфабрикату. Важными достоинствами искусственного меха являются прочность, износостойкость и достаточно невысокая стоимость. Современные технологии производства придают меху хорошие водоупорные свойства и необходимые воздухообменные характеристики. Ворсовое покрытие искусственного меха «чернобурка» устойчиво к смятию и истиранию, густое, пушистое и равномерно расположенное на несущей основе.

Разработанная технология отличается следующими особенностями:

1. Резание полос из искусственного меха с помощью термоинструмента для предупреждения краев от осыпания.

2. Рекомендуется в качестве клея использовать клей «Момент», потому что он придает более мягкую форму изделию и необходимую прочность соединению.

3. Для отрезания полос из искусственного меха было выбрано расположение, параллельное направлению ворса, это позволяет меху красиво ложиться на трикотажную основу-жилет.

4. Длина полос, необходимая на весь жилет, равна 2206 см, ширина 1 см, этой ширины достаточно, чтобы придать рельефность и значительно сократить расход меха на изделие.

5. Полосы прикрепляются к жилету из трикотажа или текстильного материала, который может быть изготовлен на предприятии, приобретен готовый или использовать

надоевший и вышедший из моды жилет, бывший в эксплуатации.

Затрата времени на изготовление моделей в условиях единичного типа производства составила 2,6 и 2,8 часа. Материальные затраты, включающие стоимость искусственного меха, трикотажного жилета-основы, необходимого количества клея «Момент» составили 250 и 300 рублей.

1. http://www.talks.su/news/Zvezdy_vybirayut_iskusstvennyj_mex

УКД 687.016

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СВЕТЯЩИХСЯ МАТЕРИАЛОВ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

В. В. ЗУЕВА, Т. Ю. САЛИХОВА

*Хакасский государственный университет
им. Н.Ф. Катанова*

Дизайн – это огромное поле для экспериментов, многие годы дизайнеры всего мира экспериментировали с объемами, фактурами, цветом, а в последние годы и со светом. С развитием современных технологий на подиуме стали все чаще появляться модели одежды, излучающие свет. Светящиеся футболки, платья, спортивная одежда и одежда для вечеринок.

Способы подсветки своих изделий каждый дизайнер выбирает для себя сам. Это могут быть светящиеся платья от дизайнера Мэри Хуангсо со встроенными LED-лампочками или специальная ткань из оптоволокна от компании LumiGram, имеющая свойство светиться в темноте, питание которого осуществляется с помощью батареи 1.5V [4]. Несмотря на всю красоту, светодиодная светящаяся одежда на сегодняшний день достаточно громоздка из-за большого количества проводов, батарей и прочих источников питания, поэтому не стоит забывать про светонакопительные материалы, в состав которых входит вещество – люминофор, именно это вещество способно накапливать и впоследствии излучать свет. Британский дизайнер Стелла МакКартни (StellaMcCartney) представила новую осенне-зимнюю коллекцию GlowintheDark для Adidas, леопардовый принт светится в темноте, что

по достоинству оценили любители бегать в темное время суток [5]. Все большей популярностью среди молодежи в ночных клубах стала пользоваться одежда с принтами из люминесцентной пленки и со светоотражающими элементами.

Также светящиеся элементы нашли широкое применение в аксессуарах и дополнениях к костюму. Светодиоды встраиваются в платформы туфель, ими оснащаются коньки, зонты, сумки и многое другое. Итальянский дизайнер Francesca Castagnacci показала обувь со светящимися элементами из оптического волокна [3]. Ведущий дизайнер французского модного дома Chanel Карл Лагерфельд представил туфли с вмонтированными в них диодами [6].

Одним из актуальных направлений совершенствования текстильного материаловедения является производство материалов, способных излучать свет под воздействием ультрафиолета. В состав таких материалов входят вещества, способные поглощать ультрафиолетовый свет, и излучать видимый. При освещении ультрафиолетом они светятся без всякой видимой подсветки.

Используя свойства материалов, излучающих свет, нами разработана коллекция клубной одежды под девизом «Когда все огни гаснут...».

Объект: применение светящихся материалов в дизайне костюма.

Предмет: применение светящихся материалов при проектировании коллекции под девизом «Когда все огни гаснут...»

Новизну исследования представляет применение нетрадиционных материалов при изготовлении современных моделей клубной одежды и аксессуаров; использование светящихся материалов при изготовлении бижутерии; применение новых технологий в декорировании изделий.

Практическая значимость: разработанная коллекция может быть представлена на конкурсах и выставках дизайнеров одежды регионального и российского уровней, а также для выступлений в ночных клубах города.

Источником творчества для разработки коллекции послужили современные клубные танцы, клубная культура и одежда для ночных клубов. Клубные танцы представляют собой

Секция 2. Индустрия моды и красоты: опыт и перспективы

совокупность нескольких современных танцевальных стилей, которые объединились в одно направление и находятся в постоянном развитии. Миллионы поклонников клубных танцев собираются в клубах и на вечеринках для получения истинного удовольствия от непринужденного и раскрепощенного состояния.

Что же такое клубная одежда? Это понятие нельзя вместить в рамки какого-то определенного стиля или направления. Но само название «клубная одежда» уже говорит само за себя, указывая свое назначение – одежда для отдыха, развлечения и общения. Основная роль такой одежды сделать своего обладателя приметным для всех и сразу выделить его из толпы. Клубная одежда обязана быть стильной, модной, но и одновременно удобной, не стесняющей движений.

Быть в центре внимания на любом танцполе поможет одежда в клубном стиле. Главная задача клубной одежды это выделить ее обладательницу из общей толпы, а что лучше может выделить, чем свет? Для изготовления моделей использованы материалы, которые светятся в темноте и при ультрафиолетовом излучении. В качестве основного материала используется синтетическое трикотажное полотно белого цвета под ультрафиолетом белый цвет начинает светиться, а как известно, практически во всех клубах установлены ультрафиолетовые лампы. Декор на моделях выполнен светонакопительными красками. В обычном освещении принт слегка заметен, а в темноте светится салатным или голубым светом. При создании коллекции было уделено большое внимание и аксессуарам. В дополнение к одежде разработана бижутерия, обувь, украшения для причесок. Бижутерия сделана из пластика, светящегося под ультрафиолетом. В обувь вмонтированы светодиоды, элемент питания для которых вмонтирован в платформу.

Разработанная коллекция придется по вкусу «клубным модницам», она призвана расширить ассортимент клубной одежды за счет использования нетрадиционного материала и люминесцентной краски, которая появляется только в темноте или под ультрафиолетовым светом.

Будущее за смешением технологий: дизайнеры, повара, парикмахеры будут

сотрудничать с инженерами, разрабатывая новые полезные товары и услуги. Все быстро меняется и скоро постоянная новация станет обязательным элементом бизнеса.

1. Астафьев, Д. В./ BubelleDress: дай волю эмоциям! [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.fashiontime.ru>
2. Светящаяся одежда [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://giftcool.ru>
3. Светящаяся одежда [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://3trend.ru>
4. Светящиеся платья [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://egoism.ru>
5. StellaMcCartney и Adidas запускают коллекцию светящейся спортивной одежды [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://fashionwalk.ru>
6. Карл Лагерфельд построил фонари в туфельки [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.poshspace.ru>

УДК 687.053

ГИБКИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ СИСТЕМЫ – ПЕРСПЕКТИВА ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ МОДЫ

Т. Н. АРХИПОВА

*Российский государственный университет
туризма и сервиса,
г. Москва*

В настоящее время как в РФ, так и за рубежом ведутся работы по созданию принципиально новых структурных решений швейных процессов на предприятиях индустрии моды, позволяющих в полной мере реализовать новые требования к качеству продукции и гибкой организации производства на малых предприятиях.

В настоящее время применяются три основных подхода к созданию гибких производственных систем (ГПС) в швейных процессах:

- первый подход заключается в использовании нескольких видов оборудования на рабочем месте;
- второй – в использовании круговых транспортных средств с автоматическим адресованием полуфабриката на рабочие места;
- третий – комбинированный.

Подобные производственные системы разработаны и внедрены при реконструкции фаб-

© Т. Н. Архипова, 2013

рики им. Крупской (Минск); «Балтика» (Таллинн); «Латвия» (Рига).

Известно, что в рамках программы *Orgarob* («Роботизация производства») техническим центром швейной промышленности СЕИН в г. Шоле (Франция) осуществляется первый этап проекта *Seriflex*, который заключается в создании гибкой поточной линии U-образной формы для изготовления различных швейных изделий. Линия оборудована в среднем 12-ю машинами, используемыми в зависимости от вида изготавливаемого изделия. Обслуживает поточную линию бригада из 7 работников. Во избежание нарушений ритма работы потока операторы заменяют друг друга в случае необходимости.

В работе [1] отмечено, что производство SPP (Швеция и Финляндия) предусматривает одновременное изготовление нескольких изделий из разных материалов. Для сохранения баланса производства изготавливаемые модели базируются на одной конструктивной основе *Master Style*. Максимальное число работников в потоке 20. За каждой работницей закреплены два рабочих места, на которых выполняются операции на разных стадиях производственного процесса.

На фирмах *Lapidus* (Финляндия) на потоке SPP для перемещения полуфабрикатов используется подвесная транспортная система *ETON – 2002*. Полуфабрикаты к работницам подаются в зажимах по 5–10 шт. Ход производственного процесса контролирует ЭВМ.

Система *TSS* (*Toyota Serwing System*) разработана фирмой *Aisin Seiki* (филиал «Toyota») имеет U-образную производственную линию, которую обслуживает стоя небольшое число работниц. За каждой из них закреплено несколько высокоманевренных машин, располагающихся на высоких поворотных платформах. Система оснащена дисплеями для сбора информации с рабочих мест.

Гибкое производство, будучи закономерным этапом эволюционного развития производства, является одним из достижений современного научно-технического прогресса. Социальные изменения в обществе, вызванные переходом от традиционной техники, технологии и организации производства к гибким процессам, связаны с качественно новым подходом к про-

изводительным силам, определяемым более тесным слиянием науки, техники, технологии и организации производства в единый процесс. Производственные процессы становятся наукоемкими, отмечается интеграция профессий, производства и управления, опыта и новых знаний.

В условиях гибкого производства прежде всего устраняется низко- и малоквалифицированный ручной труд. Преобладающим становится умственный труд, причем без обычных рутинных приемов инженерно-технических работников и управляющего персонала. Ликвидируются и такие отрицательные факторы, как непрестижность профессий и ограниченность возможности развития личности работников.

Характер и содержание труда изменятся в сторону увеличения творческих начал труда, в частности, он будет включать оценку состояния процессов, анализ причин сбоев, поиск оптимальных решений, прогнозирование, решение сложных проблем взаимодействия различных процессов и т. д.

Развитие творческой активности коснется всех звеньев производственных исследований: научных разработок, проектирования, технологической подготовки, изготовления деталей-узлов, сборки изделий, транспортировки и складирования, испытаний и сбыта продукции, управления этими процессами.

Увеличение доли сложного высококвалифицированного труда, развитие творческих начал в труде, повышение личной ответственности вызывают интеллектуальный рост всех категорий работающих на гибком производстве, что способствует формированию таких качеств, как высокая работоспособность, чувство личной ответственности за результаты труда, заинтересованность в конечном результате труда, потребность в дальнейшем повышении своих знаний, квалификации и культуры производства.

В свете отмеченного очевидно, что при переходе предприятий на гибкое производство необходимо вовлекать всех работников в данный процесс и в этих целях заранее информировать и готовить их к восприятию намеченных новшеств, что в значительной степени упростит проблему адаптации работников к новым условиям производства.

Секция 2. Индустрия моды и красоты: опыт и перспективы

Гибкое производство предполагает также снижение концентрации работников, занятых на производственных участках, в цехах. Вместе с тем возрастает их ответственность и более значительной становится роль каждого работника в решении производственных задач как повседневных, так и стратегических. Творческая инициатива, укрепление порядка и дисциплины, рост культуры производства, стабильность трудовых коллективов, высокая компетентность каждого работника являются главными аспектами человеческого фактора в гибком производстве.

В последние годы отмечается устойчивость тенденции к быстрому моральному старению одежды, что вызвано, по большей части, быстрой сменой вкусов потребителей, которые стали более индивидуальны, широкой информированностью населения о современной моде как у нас в стране, так и за рубежом.

Это требует перестройки швейного производства на основе применения так называемых гибких производственных систем, которые нашли уже широкое применение в машиностроении, станкостроении и других отраслях народного хозяйства.

Гибкая производственная система в швейных процессах в том виде, как она представлена в западных фирмах, - это автоматизированная поточная система изготовления одежды, в которой на основе соответствующих технических и организационных средств обеспечивается возможность оперативной переналадки швейных потоков на выпуск новой продукции.

На рисунке 1 показана одна из возможных структурных схем такой системы. Начало системы находится в зоне запуска, где оператор загружает детали кроя на специальные вешалки или пластины с зажимами и вводит кодовый номер вешалки в память электронно-вычислительной машины (ЭВМ). С этого момента производственный процесс определяется и контролируется управляющей программой. Вешалки с деталями кроя направляются с помощью подвесной транспортирующей системы к определенным рабочим местам (РМ). Задание, на какое именно рабочее место необходимо послать детали для обработки, выдает ЭВМ, исходя из информации о технологической последовательности изготовления изделий, схеме разделения труда между рабо-

чими местами, индивидуальных способностей работниц и других условий и факторов производства. На основании этого с помощью специальной программы ЭВМ определяет маршрут перемещения вешалок с предметами труда от одного рабочего места к другому.

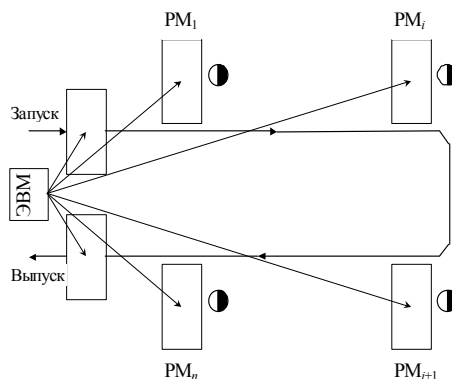


Рисунок 1. Структурная схема швейной ГПС

По окончании выполнения технологических операций на первом рабочем месте работница нажимает на соответствующую кнопку панели управления на рабочем месте, и вешалка продолжает перемещение по намеченному маршруту. Вслед за первой вешалкой по транспортирующей системе перемещается вторая, третья и другие вешалки с деталями для обработки и сборки их в изделия.

Каждое рабочее место ГПС оснащено монитором и технологическим обеспечением для связи с управляющей ЭВМ, что позволяет автоматически регистрировать информацию о маршруте перемещения обрабатываемых деталей, продолжительности производственного цикла.

В случае возникновения «узких» мест ЭВМ автоматически изменяет маршрут перемещения деталей, обеспечивая их доставку для обработки на резервных или менее загруженных рабочих местах. Автоматически определяется оптимальный путь к нужному рабочему месту, что снижает уровень незавершенного производства и уменьшает время производственного цикла.

Работница использует монитор для получения информации об обрабатываемых деталях, моделях изготавливаемых изделий, параметрах технологических операций и инструкциях по их выполнению, и других нормативных дан-

Секция 2. Индустрия моды и красоты: опыт и перспективы

ных для качественного выполнения производственного процесса.

В данной гибкой производственной системе осуществляется поштучная подача деталей кроя и полуфабрикатов к рабочим местам. В отличие от системы с пачковой подачей деталей и полуфабрикатов, она позволяет быстро переналаживать производство при смене моделей одежды. ЭВМ в такой системе облегчает управление производственным процессом и в любой момент времени выдает необходимую информацию о ходе изготовления изделий.

В более широком смысле гибкое производство - это не только гибкие производственные системы в виде робототехнических комплексов и агрегатов, переналаживаемые на новую продукцию, но и гибкая технология изготовления продукции, гибкое оперативное планирование, гибкие внутрицеховые транспортные средства и складское хозяйство и, наконец, гибкое управление производством.

На кафедре ТКИЭИ в ФГБОУ ВПО «РГУ-ТИС» также разработана швейная ГПС, в основу которой положено внедрение в производство оборудования высокого технического уровня, способного, во-первых, сократить цикл обработки изделий; во-вторых, значительно упростить и ускорить переход производства на изготовление новых моделей. Указанным условиям производства отвечает оборудование, построенное по модульному принципу, суть которого заключается в том, что рабочее место комплектуется из набора швейных модулей (модернизированных типовых головок швейных машин).

Таким образом, швейное производство на малых предприятиях, к которым относятся практически все отечественные швейные предприятия сферы сервиса, в настоящее время продолжают совершенствоваться с целью повышения эффективности функционирования. И как показывает опыт зарубежных швейных фирм, который может быть полезен и нашим предприятиям, гибкие производственные системы являются перспективными и эффективными по многим производственным показателям.

водства одежды, автореферат дис... канд. тех. наук М., 2004. 23 с.

2. Сучилин В. А., Радюхина Г. В. Гибкие производственные системы швейных предприятий сервиса: уч. пособие, МГУС. М., 2002. 86 с.

1. Ганке М. А. Разработка технологии моделирования рациональных потоков для мелкосерийного произ-

СЕКЦИЯ 3. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ И УСЛУГ

УДК 687.1 / 677.07 / 675.6

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ОДЕЖДЫ НА ОМСКОМ РЫНКЕ

Е. Ю. ДОЛГОВА

Омский государственный институт сервиса

Оценка качества и безопасности одежды, реализуемой на омском рынке, осуществлялась на основе анализа результатов испытаний и исследований, проводимых аккредитованной испытательной лабораторией Омского государственного института сервиса (АИЛ ОГИС).

С 2000 года АИЛ ОГИС проводит испытания продукции для целей подтверждения соответствия обязательным требованиям. В область аккредитации АИЛ ОГИС включены текстильные изделия (ткани, трикотаж), швейные и трикотажные изделия, пушно-меховые и кожаные полуфабрикаты и одежда из них, специальная одежда. Испытания проводятся по направлению Омского центра сертификации и менеджмента (ОЦСМ).

Проведенный анализ обращений заявителей в АИЛ ОГИС для проведения испытаний с целью подтверждения соответствия продукции показал, что 90 % обратившихся являются омскими производителями швейных изделий. Это предприятия, изготавливающие специальную одежду для защиты от общих производственных загрязнений и пониженных температур, одежду для медицинского персонала и санитарную, бытовую одежду для взрослых и детей.

Необходимо отметить, что кроме постоянных клиентов АИЛ ОГИС таких известных омских предприятий как «Дести», «Омскшвейбыт», «АНО», «Сибарус» и др., каждый год в числе клиентов АИЛ ОГИС появ-

ляются новые предприятия, изготавливающие одежду.

Типовые образцы продукции, отобранной ОЦСМ для проведения испытаний по показателям безопасности, как правило, соответствуют требованиям. Достаточно редко встречаются образцы, не соответствующие требованиям по устойчивости окраски, гигроскопичности (одежда для новорожденных).

Только 10 % заказчиков составляют поставщики или продавцы текстильной и швейной продукции. Совсем небольшая часть испытаний приходится на изделия из меха. Это объясняется тем, что в Омске очень мало предприятий, занимающихся производством меховых изделий.

Крупные торговые сети, представленные в Омске, проводят подтверждения соответствия централизованно в Москве и рассылают своим представителям в регионах копии документов, подтверждающих безопасность продукции (сертификатов или деклараций).

Мелкие и средние предприятия, индивидуальные предприниматели, имеющие собственные небольшие магазины, отделы в торговых комплексах, самостоятельно закупающие одежду за границей, в основном в Китае, как правило, работают без обязательных документов, подтверждающих безопасность реализуемых товаров, «экономят» на данной статье расходов, что является нарушением требований Федерального закона «О техническом регулировании». Государственный контроль за соблюдением законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей, осуществляет Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор). В соответствии с российским законодательством плановая проверка организаций может проводиться не чаще одного раза в три года, исключения составляют внеплановые проверки по обращениям и заявлениям граждан. К сожалению, планово проверить каждое

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

торговое предприятие сотрудники Роспотребнадзора не имеют возможности, поэтому многие руководители пользуются этим обстоятельством. Даже в случае проверки и выявления нарушений законодательства им проще заплатить штраф, чем осуществлять подтверждение соответствия реализуемой продукции.

Кроме испытаний для целей подтверждения соответствия в АИЛ ОГИС проводятся потребительские экспертизы, заявителями которых выступают продавцы, производители или покупатели. Наиболее распространенным основанием проведения потребительской экспертизы является возникновение конфликтной ситуации между двумя сторонами относительно качества товара. Дефекты, возникающие в изделиях, классифицируются на производственные (скрытые и явные) и приобретенные, в результате несоблюдения правил и рекомендаций по эксплуатации, хранению, чистке и пр. В последнее время добавились так называемые дефекты информационного характера, возникающие в результате непредоставления потребителю полной и достоверной информации о свойствах товара.

Анализ обращений заявителей с целью проведения потребительской экспертизы выявил удельный вес дефектов производственного характера, наиболее часто встречающихся в изделиях:

- конструктивные дефекты – 10 %;
- дефекты конфекционирования (подбора материалов в пакет изделия) – 10 %;
- технологические – 20 %;
- использование некачественных материалов – 60 %.

К наиболее распространенным дефектам в изделиях из натурального меха относятся:

- облом ости, выпадение волоса;
- низкая устойчивость окраски к трению (для крашеного меха);
- низкая стойкость к истиранию, свойлачиваемость волосяного покрова;
- низкая прочность кожаной ткани;
- низкая устойчивость к термо-влажностным воздействиям («поту»);
- неустойчивость покрытия к трению (для меховых шкурок с пленочным покрытием кожаной ткани).

В одежде из натуральной кожи:

- низкая прочность кожи;
- осыпание, растрескивание полимерного покрытия (верхнего слоя кожи);
- низкая устойчивость окраски к сухому и мокрому трению.

В одежде из тканей, трикотажа:

- низкая устойчивость окраски к физико-химическим воздействиям;
- низкая прочность, стойкость к истиранию материала;
- пилингуемость;
- использование декоративных отделок, не стойких к эксплуатационным воздействиям.

Кроме того, в изделиях, предъявляемых на экспертизу, достаточно часто встречаются дефекты информационного характера: отсутствие информации о продукции на русском языке, неполнота или недостоверность маркировки. Наиболее часто отсутствуют или неправильно указаны: сырьевой состав, изготовитель, его адрес, рекомендации по эксплуатации и уходу. Такие дефекты выявляются, как правило, на швейных изделиях, реализуемых предпринимателями, самостоятельно закупающими их в Юго-Восточной Азии. В крупных же сетевых одежных магазинах, поставляющих и реализующих товар большими партиями, такие дефекты встречаются довольно редко. Наиболее проблемными в этом отношении являются изделия из натурального меха и кожи.

Как видно из вышесказанного, проблема качества и безопасности одежды на омском рынке является актуальной. Решить ее только с помощью государственного контроля и надзора сложно, необходимо объединение усилий органов контроля, предпринимателей, потребителей, общественных организаций.

УДК 687.1

**РАЗРАБОТКА
И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ
СВОЙСТВ
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ
ТОВАРОВ РАЗЛИЧНОГО
НАЗНАЧЕНИЯ**

Т. М. ИВАНЦОВА, Я. О. ЯНУШКЕВИЧ,
А. В. КУЗНЕЦОВА,
Е. П. СКАКУН, К. В. РУБЦОВА

Омский государственный институт сервиса

При оценке качества товаров и изделий различного назначения проводится исследование свойств материалов и определение соответствия исследуемых показателей нормативной документации. Наличие стандартных методов испытания позволяет провести исследования и оценить качество по необходимым показателям. При отсутствии методов испытаний провести объективную оценку свойств материалов практически невозможно. В ряде случаев некоторые существующие стандартные методы оценки свойств очень трудоемки, требуют дорогостоящего оборудования, что существенно затрудняет проведение испытаний. В связи с этим разработка или совершенствование методов испытаний по ряду свойств является актуальной задачей.

В ходе выполнения научно-исследовательской работы совместно со студентами разработаны основные положения методов испытаний и проводятся исследования в следующих направлениях:

- определение теплозащитных свойств материалов и пакетов одежды;
- оценка устойчивости окраски к свету материалов для изделий легкой промышленности;
- исследование свойств электрофлюорированных материалов различного назначения;
- исследование свойств обоев.

Оформлена заявка на изобретение по определению суммарного теплового сопротив-

ления текстильных материалов и пакетов одежды.

Разработанный способ позволил при небольших затратах провести сравнительный анализ теплозащитных свойств различных утеплителей, перопуховых пакетов с различным вложением пуха и других пакетов одежды.

Усовершенствован способ оценки устойчивости окраски к свету. Стандартный способ определения предусматривает при каждом испытании одновременно с исследуемыми материалами использовать шкалы синих эталонов, при отсутствии которых испытание провести невозможно. В ходе выполнения работы изготовлен прибор для проведения испытаний и усовершенствована методика, позволяющая оценивать устойчивость окраски к свету различных материалов.

Одним из показателей свойств электрофлюорированных материалов, влияющих на долговечность изделий, в частности мягкой мебели, является прочность крепления ворса. Отсутствие методики исследования по этому показателю затрудняет объективную оценку свойств ворсовых материалов. В связи с этим разработаны основные положения способа оценки прочности крепления ворса, проведены исследования и сравнительный анализ для различных материалов, в частности для мебельных электрофлюорированных материалов, вельвета и бархата.

Малоизученным направлением для исследования является исследование потребительских свойств стеновых покрытий, в частности обоев. Исследовательская работа в этом направлении только начата и имеет практическую значимость.

В перспективе планируются дальнейшие исследования по предложенным методикам и при необходимости их совершенствование.

УДК 687.157.016

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
КАЧЕСТВЕННЫХ
ХАРАКТЕРИСТИК
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОДЕЖДЫ
НА ОСНОВЕ
ОПТИМИЗАЦИОННОГО ПОДХОДА
К ЕЕ ПРОЕКТИРОВАНИЮ**

Т. В. НОВОСЕЛЬЦЕВА

*Московский государственный университет
технологий и управления имени
К. Г. Разумовского (Омский филиал)*

В условиях рыночной экономики вопросы улучшения качества и расширения ассортимента одежды, в том числе и производственной, а также повышения потенциала её конкурентоспособности, является одной из важнейших задач, стоящих перед производителями этой продукции.

Согласно швейной классификации одежды, разработанной ЦНИИШП, производственная одежда относится к третьему классу и делится на подклассы: специальной одежды, ведомственной и технологической (санитарно-гигиенической) [1].

Специальная одежда на протяжении уже многих лет является предметом исследований многих авторов, поэтому к настоящему времени накоплен достаточно большой научный материал по основным методологическим принципам её проектирования и промышленной технологии изготовления.

Весомый вклад в решение проблем проектирования специальной одежды внесли исследования В. Е. Романова, Е. Я. Сурженко, П. П. Кокеткина, Е. Х. Меликова и др.

Российский потребительский рынок производственной одежды характеризуется достаточно широким ассортиментом, и отмечается повышенный спрос на такую одежду, а предприятия изготовители функционируют в условиях жёсткой конкуренции.

Поэтому проблема расширения ассортимента производственной одежды базового предприятия, соответствующей требовани-

ям потенциальных организаций-заказчиков, и совершенствования её качественных характеристик, на основе анализа моделей, выпускаемых предприятием и имеющихся его сырьевых и технологических возможностей, а также анализа аналогов функциональных решений отечественных разработок производственной одежды, является актуальной.

Целью настоящей работы является разработка предложений по созданию моделей, отличающихся промышленной новизной и оптимальным конструктивно-композиционным решением, обеспечивающих их технологичность и экономичность, конкурентоспособность и прибыль предприятию изготовителю. При решении данной проблемы необходимо использовать системотехнический принцип проектирования, основанный на оптимизационном подходе, учитывающим влияние на проектные решения таких факторов, как «человек – одежда – среда – производство» на всех этапах проектирования.

Процесс исследования проектной ситуации диктуется необходимостью максимально полного сбора исходной информации для последующего принятия принципиальных решений по созданию моделей одежды с оптимизированными конструктивно-технологическими параметрами [2].

С целью выявления направления проектных разработок были выполнены исследования по анализу ассортимента производственной одежды, выпускаемой базовым предприятием.

На основе анализа ассортимента базового предприятия (рисунки 1, 2) было установлено, что ассортимент женской спецодежды требует расширения и совершенствования её качественных характеристик, такая одежда является востребованной для организаций-заказчиков.

С целью разработки новых моделей специальной одежды были проведены исследования базового варианта одежды, предназначенной для защиты от общих производственных загрязнений и механических воздействий, аналогичной проектируемой, по блокам:

- анализ конструктивного решения формы модели;

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

- анализ конструктивно-декоративных признаков;
- анализ функционально-декоративных признаков;
- анализ композиционных признаков.

Такой анализ позволил выявить стабильные и изменяемые признаки модели и унифицированные детали.

Кроме того, было проведено исследование состояния и качества базового варианта спецодежды после установленного срока носки, что позволило определить места наибольшего износа и повреждений и учесть этот фактор при разработке новых моделей.

Формирование пространства аналогов функциональных решений изменяемых признаков проектируемой специальной одежды выполнялось на основе анализа моделей аналогов специальной одежды трёх крупнейших Российских компаний-производителей «Восток-сервис», «Тракт», «Техноавиа» и Белорусской компании «Моготекс», а также исходной информации, полученной на этапе исследования проектной ситуации.

Задача поиска наилучшего, оптимально-конструктивно-композиционного решения новой модели спецодежды решалась с позиции оптимизации, т. е. задача поиска для проектируемого объекта таких значений варьируемых параметров его свойств, которые обеспечивали бы его желаемое состояние.

Оптимизация – это поиск такого решения проектной задачи из некоторой совокупности допускаемых решений, при котором будет получен наилучший результат [3, с. 19].

Работа по оптимизации начинается с чёткой формулировки цели (желаемого состояния объекта) – $W_{\text{жел.}}$ и критерия оптимизации – V .

Поиск оптимального решения сопровождается перебором – анализом множества конечных результатов по выбранному критерию.

Формализованный вид задачи оптимизации конструктивно-композиционного решения проектируемой спецодежды, представлен ниже.

В ходе выполнения проекта должно быть получено такое проектное решение, (конст-

руктивно-композиционное решение модели), стремящееся к желаемому состоянию объекта – $W_{\text{жел.}}$, т. е. которое было бы оптимальным.

Состояние объекта проектирования характеризуется рядом параметров, среди которых можно выделить множество условно переменных (изменяемых) факторов Y , с помощью которых можно получить желаемое состояние объекта проектирования $W_{\text{жел.}}$, множество условно постоянных (стабильных, неизменяемых) факторов Z , которые в процессе проектирования не представляется возможным изменить.

К параметрам, характеризующим состояние объекта проектирования относятся вид изделия, форма модели, конструктивное и композиционное решение. В качестве изменяемых параметров выбраны: форма, покрой, прибавки, швейные материалы и др. В данной проектной ситуации множеством условно постоянных (стабильных, неизменяемых) факторов Z являются: назначение, вид спецодежды, условия производства, особенности сегмента рынка. В качестве ограничений для формирования поля возможных решений проекта выступают предпочтения организаций-заказчиков, условия труда, эргономичность конструкции, экономические условия и т. д.

Таким образом, $W_{\text{жел.}}$ – целевая функция оптимизации проектного решения является функцией (одного или нескольких) аргументов условно-переменных или управляемых факторов $Y_1, \dots, (Y_n)$, в качестве которых выступают варьируемые признаки, такие как форма, покрой, прибавки, швейные материалы.

В общем виде $W_{\text{жел.}}$ может быть представлено:

$$W_{\text{жел.}} = f(Y, Z, D, S, V) = f(Y_1, \dots, Y_n, Z, D, S, V),$$

D – множество способов решения задачи.

Перебором и изменением вариантов условно-переменных факторов можно получить некоторое количество решений – конечных результатов $S_1, S_2, S_3, \dots, S_n$, т. е. совокупность моделей.

В этом случае оптимизационная задача будет направлена на достижение наилучшего проектного решения, в соответствии с выбранным критерием V .

V – критерии оценки, а в конкретном случае – показатели качества, которые позволяют из совокупности моделей S выбрать такое

решение, которое в наибольшей степени отвечает $W_{\text{жел.}}$ ($W_{\text{жел.}}$ – цель, желаемое состояние объекта).

В работе выбор оптимального решения проектируемой базовой модели осуществлялся группой экспертов по показателям качества.

Пример схемы решения конкретной проектной задачи по выбору оптимального конструктивно-композиционного решения костюма спецодежды для женщин представлен на *рисунке 3*.

Структура разработанной новой модели специальной одежды включает в себя оптимальные конструктивно-композиционные решения, поверхность формы которой заполнена мобильными функциональными элементами. Рациональная конструкция максимально отвечает характеру условий труда работающих.

Для разработанной модели был выполнен обоснованный выбор материалов и разработана оптимальная технология изготовления.

Выбор цветового решения разрабатываемой одежды обусловлен предпочтениями конкретных организаций-заказчиков.

Цвет и промышленная графика (эмблематика) служат средствами повышения информативности одежды и способствуют установлению коммуникативных связей в производственном процессе, поэтому на разработанной модели имеется логотип базового предприятия.

Постоянное использование цвета в одном и том же значении (цвет эмблемы, костюма, отделки) улучшают организацию труда [2, с. 85].

1. Конструирование одежды с элементами САПР [Текст] : учеб. пособие для вузов / Е. Б. Коблякова [и др.]; под общ. ред. Е. Б. Кобляковой. – 4-е изд., перераб. и доп. М. : Легпромбытиздат, 1988. 464 с. : ил.

2. Романов В. Е. Системный подход к проектированию специальной одежды [Текст] / М.: Лёгкая и пищевая промышленность, 1981. 128 с. : ил.

3. Шершнева, Л. П. Новосельцева Т. В. Конструкторская и технологическая подготовка производства [Текст]: учеб. пособие / Москва–Омск: РосЗИТЛП, 2011. 257 с.

УДК 658.56(078.5)

К ВОПРОСУ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ УСЛУГ

Е. Ю. ТЮМЕНЦЕВА, В. Л. ШТАБНОВА

Омский государственный институт сервиса

В законе «Об образовании», вступающем в действие с 1 сентября 2013 г., законодательно закреплено определение качества образования. Закон трактует его как комплексную характеристику образовательной деятельности и подготовки обучающегося, выражающую степень их соответствия федеральным государственным образовательным стандартам, федеральным государственным требованиям и (или) потребностям физического или юридического лица, в интересах которого осуществляется образовательная деятельность, в том числе степень достижения планируемых результатов образовательной программы (статья 2) [1].

Проблема повышения качества занимает ведущее место в обеспечении конкурентоспособности выпускников, построении новых отношений между потребителем и образовательным учреждением, удовлетворении материальных потребностей, социальных интересов и духовных запросов общества.

Система высшего образования развивается в настоящее время в контексте рыночных отношений, характеризуемых превышением предложения над спросом, особенно для технических направлений. Условия в большей степени диктуют абитуриенты и студенты (потребители образовательных услуг), усиливая свое влияние на качество образовательных услуг и, в конечном итоге, на весь потенциал вуза. Поэтому вузы вынуждены соперничать: 1) между собой за абитуриентов, материально-технические и информационные ресурсы, научно-педагогических работников, а также денежные средства; 2) с предприятиями, предлагающими работу выпускникам школ; 3) с другими учебными заведениями. Конкуренция на рын-

© Е. Ю. Тюменцева, В. Л. Штабнова, 2013

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

ке заставляет вузы чутко реагировать на спрос и быстро адаптироваться к изменениям конъюнктуры. В этой динамике активно участвует и Омский государственный институт сервиса (ОГИС), открывая новые направления подготовки, в том числе и 100800.62 «Товароведение».

Приходится констатировать, что динамика спроса на рынке труда на специалистов определенного профиля и квалификации в современной России вступила в противоречие с традиционно сложившейся их подготовкой, с номенклатурой специальностей и специализаций. Поэтому произошли изменения в подготовке выпускников. В основных образовательных программах (ООП) расширена вариативная часть, предложены факультативные курсы, позволяющие студентам получить дополнительные циклы дисциплин, приобрести дополнительные умения.

Именно оптимальное сочетание профессионализма и универсализма может обеспечить личности и будущему специалисту конкурентоспособность на рынке труда, а вузам – конкурентоспособность на рынке производителей образовательных услуг.

Конкурентоспособность вуза зависит от того, насколько конкурентоспособны выпускники, человеческий капитал (профессорско-преподавательский состав вуза), средства труда и предметы труда, соотношение результатов и затрат.

Ключевая роль в процессе повышения конкурентоспособности принадлежит человеческому капиталу, использование которого обычно характеризуется такими показателями, как: производительность труда работающих, качество жизни, удельный вес инженерно-технических работников и специалистов для предприятий (профессоров и доцентов для высших учебных заведений) в общей численности работающих.

При этом одним из главных условий подготовки выпускника являются требования к личностным качествам будущего специалиста; требования к умениям, навыкам и способам деятельности, т. е. к компетенциям специалиста.

Вузы перешли на новые федеральные государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования

(ФГОС ВПО) III-го поколения. Так, область профессиональной деятельности бакалавров направления подготовки «Товароведение» включает оценку и подтверждение соответствия качества и безопасности товаров, формирование и управление ассортиментом, контроль над соблюдением требований к упаковке, маркировке, условиям и срокам хранения, организационно-управленческие функции, связанные с закупкой, хранением и реализацией товаров в сфере торговли, производства и на других стадиях товародвижения.

Бакалавр по направлению «Товароведение» должен решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности, в том числе:

- проведение документальной идентификации и установление ассортиментной принадлежности товаров;
- оценка соответствия безопасности и качества товаров требованиям технических регламентов, положениям стандартов или технических условий.

Для успешного решения профессиональных задач, бакалавр по направлению «Товароведение» должен обладать совокупностью общекультурных и профессиональных компетенций.

Дисциплины общего математического и естественнонаучного цикла позволяют формировать такие профессиональные компетенции, как:

- способность использовать знания основных законов естественнонаучных дисциплин для обеспечения качества и безопасности потребительских товаров (курсы химии, физико-химических методов исследования (ФХМИ), основ микробиологии, физики, экологии);
- способность применять знания в области естественнонаучных и прикладных инженерных дисциплин для организации торгово-технологических процессов (ФХМИ, экология);
- знание методов идентификации, оценки качества и безопасности товаров и готовность использовать их для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции (ФХМИ, основы микробиологии).

На качество образовательных услуг оказывают существенное влияние материально-техническое обеспечение образовательного процесса, профильное обучение, качество препода-

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

давания и т. д. Для решения поставленных задач в ОГИС на кафедре прикладной информатики и математики модернизированы лаборатории химии, физики и электротехники, создана новая, укомплектованная современным оборудованием, лаборатория микробиологии.

Лабораторные практикумы имеют прикладной характер и направлены на приобретение навыков, требуемых для формирования соответствующих компетенций. Занятия проводятся в интерактивной форме, широко применяется метод работы в малых группах (результат работы студенческих исследовательских групп), мозговой штурм и презентации на основе современных мультимедийных средств.

В дисциплинах «Химия», «Экология» студенты используют органолептические методы исследования характеристик, свойств и качества веществ, товаров, продуктов и овладевают навыками химического эксперимента для решения профессиональных задач.

В курсе физики они изучают методы теоретического расчета и графического анализа, а также инструментальные методы измерения физических характеристик объектов.

Дисциплина ФХМИ позволяет овладеть методологией идентификации и выявления фальсификации товаров с помощью современных физических и физико-химических методов исследования; основными методами и приемами проведения оценки качества и безопасности потребительских товаров.

«Основы микробиологии» формируют представления о роли микробиологической безопасности как важнейшего потребительского свойства, понимание ответственности за торговлю некачественными и опасными товарами, навыки организации и проведения экспертизы микробиологической безопасности непродовольственных товаров и пищевых продуктов.

В целом группа дисциплин общематематического и естественнонаучного цикла формирует ряд профессиональных компетенций, способствующих повышению конкурентоспособности выпускника на рынке труда.

Конкурентоспособность специалиста, по мнению многих авторов, ассоциируется с успехом как в профессиональной, так и личной сферах. И, действительно, главное психо-

логическое условие успешной деятельности в любой области – это уверенность в своих силах.

Сегодня рынок, кроме высокого профессионализма, требует от молодого специалиста еще и особой ответственности, психологической готовности к различным сложным ситуациям. Значительную роль при этом играет необходимость постоянно самосовершенствоваться как в профессиональном плане, так и в личностном.

1. Закон Российской Федерации «Об образовании» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ.

УДК 378

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЖЕНСКИХ БРЮК ПЛОТНОГО ОБЛЕГАНИЯ С УЧЕТОМ СВОЙСТВ ТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Л. М. БОЛДЫРЕВА

*Армавирская государственная педагогическая академия,
Краснодарский край*

Факторы, влияющие на пространственную форму одежды, условно можно разделить на четыре группы: конструктивное решение; технологическое решение (методы и способы технологической обработки); физико-механические свойства ткани; особенности внешней формы фигуры человека.

Материалы для современных брюк разнообразны, это обусловлено модой, функциями брюк, развитием текстиля и др. [1, 5]. Шьют брюки из материалов различного волокнистого состава: хлопок, лен, шерсть, шелк, вискоза, бамбук, лавсан, полиэстр и их смесей.

Фактура материала самая разнообразная: от легких гладких, блестящих, до жестких тяжелых-джинсовых. Ткани могут быть безворсовые и с ворсом.

Однако термопластические свойства материалов, кроме шерсти, затрудняют формирование с помощью ВТО, поэтому формирование брюк осуществляется конструктивным способом.

© Л. М. Болдырева, 2013

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

Наибольшее влияние на процесс объемного формообразования изделия оказывают такие свойства, как [1, 2, 4]:

- жесткость – определяет выбор силуэтов, членение на детали, виды и формы конструктивных участков, пространственное формообразование;
- драпируемость – определяет выбор силуэта, объемное решение формы, изделия;
- формовочные свойства – определяют выбор силуэта, членение на детали, виды и форму конструктивных участков, объемное формообразование;
- поверхностная плотность – определяет выбор силуэта, членение на детали, виды и формы конструктивных участков, пространственное формообразование, прибавку на свободу облегания;
- толщина – определяет выбор, силуэта; членение на детали, виды и форму конструктивных участков, прибавку на толщину материалов.

В ткани тонкие волокна скручены в нити, которые жестко сплетены во взаимосвязанную сеть. Модель ткани - система частиц, размещенных в точках пересечения продольных и поперечных нитей (рисунок 1).

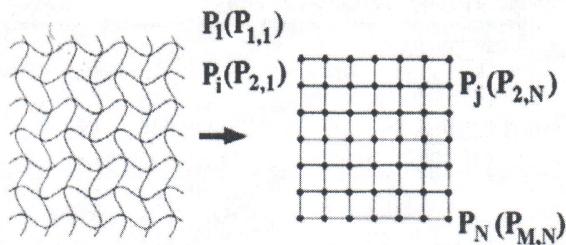


Рисунок 1. Дискретная модель ткани

Понимание и восприятие качества [2, 3, 4] непостоянно. Если еще несколько лет назад качественными считались брюки, размеры которых по ширине и длине соответствовали размерам тела, а не его форме, то и вопросы морщин, заломов воспринимались потребителем как неизбежный факт. В настоящее время требования к качеству посадки брюк возросли, что имеет большое значение при разработке конструкции, т.к. параметрическое или геометрическое несоответствие деталей брюк размерам и форме тела приводят к появлению различного рода дефектов в готовом изделии на фигуре человека.

Наиболее важными дефектами являются балансовые.

Баланс – это равновесное положение готового изделия на фигуре человека. В сбалансированных брюках передние и задние сгибы занимают вертикальное, отвесное положение ниже опорной поверхности (передне-задний баланс), а боковые швы расположены отвесно относительно боковой поверхности ног. Это боковой баланс. Балансовые нарушения приводят еще и к появлению различного рода морщин и заломов. Причинами балансового нарушения являются как несоответствие размерам и форме тела, так и способ ношения брюк [2].

Кроме того, параметрическое несоответствие брюк приводит к эргономическим нарушениям, т. е. к затруднениям при ходьбе, подъеме по лестнице, приседанию до плоскости стула, глубокое приседание, наклон туловища вниз.

Создание конструктивных основ моделей, отвечающих современным требованиям, нуждается в совершенствовании методов проектирования одежды с целью достижения минимальной погрешности в процессе получения разверток изделий. Совершенствование конструкций особенно актуально для малообъемной одежды.

В гардеробе современной женщины брюки занимают значительное место. Господство изделий, плотно облегаящих фигуру на участке от линии талии до бедер, требует обеспечения хорошей посадки брюк на фигуре. Для проектной конструкторской работы необходима информация, обеспечивающая определение оптимальных параметров конструкции деталей изделия. Например, в брюках плотного прилегания наиболее четко прослеживается взаимосвязь параметров конструкции с измерениями фигуры. Наибольшую значимость имеет точное определение таких параметров конструкции, как высота сиденья, угол наклона средней линии задней половинки относительно вертикали, величина передне-заднего и бокового баланса брюк, общая ширина шага и ее распределение между передней и задней половинками брюк.

Анализ конструкций женских брюк плотно облегания показал, что параметры одноименных конструктивных участков, рассчитанных по различным методикам, имеют зна-

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

чительный диапазон изменчивости. Результат: макеты брюк - недостаточно удовлетворительная посадка изделий на типовой и индивидуальной фигурах. Достижение хорошей посадки малообъемных брюк возможно при внесении определенной корректировки в их типовую конструкцию.

Исследования показали, что при уменьшении объема брюк общая ширина шага также уменьшается. При этом возникает необходимость в перераспределении параметров шага между передней и задней половинками в зависимости от особенностей телосложения. Так, для фигур с выпуклым боком или плоскими ягодицами ширина шага задней половинки уменьшается, а для фигур с выступающими ягодицами - увеличивается. Величина оптимального угла наклона среднего среза задней половинки относительно вертикали составила 10–12° для типовых фигур, 13–15° для фигур с выступающими ягодицами и 8–9° для фигур с плоскими ягодицами. Отмечено также, что с уменьшением угла наклона среднего среза задней половинки величина баланса для типовых фигур увеличивается.

Отсутствие прямой зависимости величин растворов талиевых вытачек от проекционных измерений: выступ бедер $Vб$, выступ ягодиц $Vя$, выступ живота $Vж$, поэтому данные размерные признаки в структуру расчетных формул не входят. Однако зависимость параметров конструкции поясного изделия от указанных измерений проявляется в том, что превышение величины одного из них над измерением типовой фигуры приводит к перераспределению общего объема изделия в сторону увеличения соответствующего участка конструкции, а также к увеличению угла раствора талиевой вытачки на этом участке. Перераспределение общего объема изделия по линии бедер в зависимости от телосложения необходимо предусматривать на этапе предварительного расчета, увеличивая ширину передней половинки для фигур с выступающим животом и ширину задней — для фигур с выступающими ягодицами.

Экспериментально полученные расчеты основных участков конструкции представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Расчет основных участков конструкции

| Наименование участка | Расчетная формула | | |
|--------------------------------|--------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| | для типовой фигуры | для фигуры с выпуклым боком | для фигуры с выступающими ягодицами |
| общая ширина шага | $0,4(Cб+Пб)-3,0$ | $0,4(Cб+Пб)-3,5$ | $0,4(Cб+Пб)-(2,0-2,5)$ |
| ширина шага передней половинки | $0,15Cб-2,5$ | $0,15Cб-2,5$ | $0,15Cб-2,5$ |
| раствор боковой вытачки | $0,4(Cб+Пб-Ст-Пг)$ | $0,5(Cб+Пб-Ст-Пг)$ | $0,3(Cб+Пб-Ст-Пг)$ |
| раствор передней вытачки | $0,2(Cб+Пб-Ст-Пг)$ | $0,2(Cб+Пб-Ст-Пг)$ | $0,2(Cб+Пб-Ст-Пг)$ |
| раствор задней вытачки | $0,4(Cб+Пб-Ст-Пг)$ | $0,3(Cб+Пб-Ст-Пг)$ | $0,5(Cб+Пб-Ст-Пг)$ |
| баланс брюк | $0,05Cб$ | $0,05Cб-0,5(Vб_{инд}-Vб_{тип})$ | $0,05Cб+0,5(Vя_{инд}-Vя_{тип})$ |

Для фигур с выступающим животом суммарный раствор талиевых вытачек распределяется между задней, боковой и передней вытачками в соотношении 0,35:0,35:0,3, причем часть раствора передней вытачки (0,1) идет на увеличение отведения переднего среза брюк.

Для фигур с плоскими ягодицами величина баланса уменьшается и может быть рассчитана по формуле: $б=0,05Cб-0,5(Vя_{тип}-Vя_{инд})$.

Данные рекомендации по конструированию обеспечивают хорошую посадку плотно облегающих брюк на женских фигурах различного телосложения.

1. Бузов Б. А. и др. Материаловедение швейного производства: учеб. для высш. учеб. заведений лег. пром-сти. 3-е изд., перераб. и испр. М.: Легкая индустрия, 1978. 480 с., ил.

2. Коблякова Е. Б. Основы конструирования одежды. М.: Лег. и пищ. пром-сть, 1984. 208 с.

3. Степанов А. В. Объемно-пространственная композиция. М.: Стройиздат, 1993. 256 с.

4. Румянцева Г. П. Учет жесткости, и драпируемости материалов при конструировании швейных изделий.- М.: МГАЛП, 1996. С. 19.

5. http://www.znaytovar.ru/s/Factory_formiruyushhie_kachestv.html

УДК 687.13/677.075/677.017

К ВОПРОСУ О КАЧЕСТВЕ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

И. Г. ЛЕОНТЬЕВА

Омский государственный институт сервиса

В настоящее время всё больше внимания уделяется качеству детских изделий, одежде, обуви и игрушкам. Такое внимание вызвано, в первую очередь, заботой о здоровье детей.

Особенно актуальна проблема безопасности одежды для детей в связи с незавершенностью процессов роста и развития, повышенной чувствительностью растущего организма к действию внешних факторов. При этом неблагоприятные биологические и химические факторы, в том числе обусловленные использованием недоброкачественных товаров детского ассортимента, действуют на фоне устойчивых негативных тенденций в состоянии здоровья детей [1].

Технический регламент Таможенного союза «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» [2] устанавливает требования биологической и химической безопасности, предъявляемые к детской одежде в соответствии с функциональным назначением, площадью контакта с кожей и возрастом пользователя. Перечень контролируемых химических веществ определяется в зависимости от химического состава материала и вида изделия. Биологическая безопасность детской одежды и текстильных изделий обеспечивается соответствием показателей физико-гигиенических свойств (гигроскопичность, воздухопроницаемость) установленным требованиям. Физико-гигиенические свойства одежды особенно важны для детей, так как в детском возрасте механизмы терморегуляции несовершенны, дети отличаются большой двигательной активностью, при которой уровень теплопродукции возрастает в несколько раз, кожное дыхание детей имеет больший удельный вес в обменных процессах организма, чем у взрослых.

Изделия трикотажные бельевые для новорожденных, детей ясельного и дошкольного возраста подлежат обязательному подтверждению соответствия. Согласно классификации они относятся к одежде и изделиям 1-го слоя, имеющим непосредственный контакт с кожей пользователя. В Техническом регламенте Таможенного союза установлены требования биологической безопасности по показателям физико-гигиенических свойств: гигроскопичность, воздухопроницаемость, а также химической безопасности по показателям: массовая доля свободного формальдегида и других химических веществ; устойчивость окраски к стирке, «поту», сухому трению.

Из предлагаемого в торговой сети ассортимента трикотажных полотен отобраны образцы кулирных полотен, выработанных из хлопчатобумажной пряжи, с тематическими печатными рисунками (таблица 1), соответствующие по внешнему виду эстетическим и функциональным требованиям, предъявляемым к ассортименту бельевых трикотажных изделий для новорожденных, детей ясельного и дошкольного возраста. Для исследуемых образцов определены показатели физико-гигиенических свойств (гигроскопичность, воздухопроницаемость) и устойчивости окраски к стирке, «поту», сухому трению (таблица 2).

Таблица 1.

Характеристика показателей строения трикотажных полотен

| № образца | Линейная плотность пряжи, текст | Плотность (число петель на 10 см) | | Переплетение | Поверхностная плотность, г/м ² | Толщина, мм |
|-----------|---------------------------------|-----------------------------------|----------------|--------------|---|-------------|
| | | по вертикали | по горизонтали | | | |
| 1 | 14,0 | 150 | 190 | гладь | 140 | 0,38 |
| 2 | 13,2 | 110 | 140 | двуластик | 195 | 0,54 |
| 3 | 20,0 | 140 | 170 | футерованое | 213 | 0,64 |
| 4 | 13,9 | 240 | 170 | ластик | 189 | 0,47 |
| 5 | 16,0 | 140 | 200 | гладь | 143 | 0,35 |

Авторами [1] при изучении процессов терморегуляции в условиях опытной носки изделий с различными сочетаниями значений гигроскопичности и воздухопроницаемости (при среднем значении воздухопроницаемости и низком значении гигроскопичности, а также при низком значении воздухопроницаемости и среднем значении гигроскопичности),

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

установлено, что воздухопроницаемость является ведущим физико-гигиеническим показателем.

Режим доступа. – URL: <http://rustm.net/catalog/article/1719.html>.

2. ТР ТС 007/2011. Технический регламент Таможенного союза о безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков. Утвержден Решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 года N 876

Таблица 2.

Показатели свойств исследуемых трикотажных полотен

| № образца | Гигроскопичность, % | Воздухопроницаемость, $\text{дм}^3/\text{м}^2\cdot\text{с}$ | Устойчивость окраски, балл, к воздействию | | |
|-------------------------------------|---------------------|---|---|--------|---------------|
| | | | стирки | «пота» | сухого трения |
| 1 | 9,6 | 681 | 5/5 | 5/4 | /4 |
| 2 | 11,2 | 356 | 5/5 | 5/5 | /5 |
| 3 | 11,3 | 278 | 5/5 | 5/5 | /5 |
| 4 | 10,0 | 819 | 5/5 | 5/5 | /5 |
| 5 | 8,6 | 528 | 5/5 | 5/5 | /5 |
| нормативное значение [2], не менее | | | | | |
| для детей до одного года | 14 | 150 (70)* | 4/4 | | |
| ясельная группа, от 1 года до 3 лет | 9 | 150 (70)* | 4/4 | | |
| дошкольная группа, от 3 до 7 лет | 9 | 100 (70)* | 4/4 | | |

Примечание: * для изделий из фланели, бумазеи и футерованных (ворсованных) трикотажных полотен допускается не менее $70 \text{ дм}^3/\text{м}^2\cdot\text{с}$

УДК 655.023

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ

В. Ю. ЮРКОВ, Н. В. РЕВЗИНА

Омский государственный институт сервиса

Анализ результатов испытаний показал, что все образцы соответствуют требованиям нормативной документации по показателям «воздухопроницаемость», «устойчивость окраски к стирке, «поту», сухому трению». По показателю «гигроскопичность» образцы не соответствуют требованиям ТР ТС 007/2011 для трикотажных изделий 1 слоя, предназначенных для детей до одного года. Образцы 1 – 4 могут быть рекомендованы для изготовления бельевых изделий для детей старше 1 года, а образец 5 – только для изделий 2 слоя.

Таким образом, при приобретении одежды для детей до одного года, ясельного и дошкольного возраста предпочтение следует отдавать изделиям из натуральных волокон, которые не мешают хорошему кожному дыханию, а также не вызывают раздражение и аллергические реакции, прежде всего это касается одежды 1 слоя. Изделия должны иметь сертификат соответствия и маркировку.

1. Барсукова, Н. К. Чумичева О. А. Биологическая и химическая безопасность детской одежды: предъявляемые требования // Рынок легкой промышленности. 2010. № 74. [электронный ресурс] –

Многие транснациональные компании делают попытки внедрения программно-аппаратных средств по оценке качества продукции на каждой из производственных стадий, при этом немалое внимание уделяется обеспечению оптимальных условий визуальной оценки. Важной проблемой является метамеризм объектов наблюдения, явление, когда два сравниваемых образца могут восприниматься одинаково или различаться, в зависимости от условий освещения, наблюдателя и угла обзора. Геометрический метамеризм возникает при изменении геометрии освещения. Особенно часто эта проблема возникает при работе с металлизированными красками, подложкой, пластиком и лакированными изделиями. Во избежание подобных проблем на производстве ис-

© В. Ю. Юрков, Н. В. Ревзина, 2013

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

пользуются откалиброванные источники света, а также отражатели, позволяющие перераспределить излучаемую энергию. Решение проблемы визуальной оценки качества печатной продукции является актуальной задачей, и ее решение позволит сделать шаг к значительной оптимизации производства.

Ниже предлагается двухмерное решение задачи перераспределения света с помощью системы прямых зеркал. Облучаемой поверхностью является отрезок $[a_0, a_3]$ общего положения относительно источника излучения S (рис. 1). Прямая освещенность $E_{пр}(a)$ определяется по формуле [1, с. 34]:

$$E_{пр}(a) = I \cdot \cos(a) / R(a)^2, \quad a_0 \leq a \leq a_3 \quad (1)$$

где $E_{пр}(a)$ – прямая освещенность в точке, принадлежащей освещаемому участку;

I – интенсивность источника излучения; $\cos(a)$ – косинус угла между вертикалью и лучом, падающим из источника;

R – расстояние между источником света и точкой на освещаемом участке.

Распределение лучистой энергии по облучаемому отрезку имеет вид, показанный на рисунке 1.

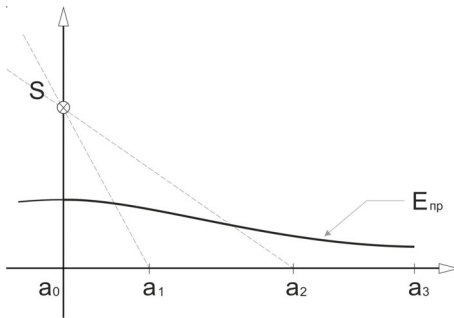


Рисунок 1. Исходная схема

Примем следующие допущения:

1. Источник света обладает свойствами излучателя Ламберта, испускает энергию равномерно во все стороны на плоскости.

2. Источник расположен на некотором расстоянии h от прямой, которой принадлежит облучаемый отрезок.

3. Примем I , а также коэффициент отражения материала ρ равными единице.

Параметры, влияющие на размеры и положение отражателя относительно освещаемого отрезка и источника освещения в наиболь-

шей степени – это положение источника света, а также длина освещаемого отрезка [2, с. 68–78].

Следует отметить, что распределение энергии происходит неравномерно. Изменив высоту источника, можно повысить освещенность на краях отрезка. На рисунке 2 приводится изображение изменений положения кривой в зависимости от высоты источника света.

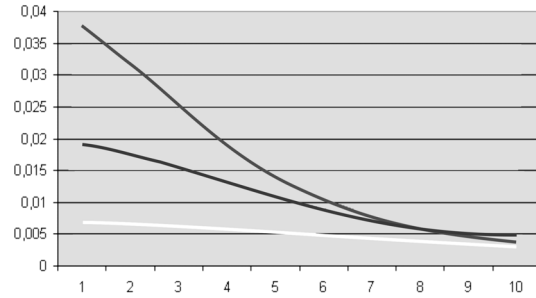


Рисунок 2. Влияние высоты источника на распределение энергии

Распределение лучистой энергии становится более равномерным с отдалением источника от освещаемой поверхности. Зависимость распределения энергии от соотношения высоты источника и удаленности крайней точки освещаемого отрезка отражена в преобразованной формуле:

$$\cos(a) = aS / R(a), \quad R(a) = \sqrt{aS^2 + aa_1}$$

$$E_{пр}(a_1) = I \times aS / (aS^2 + aa_1)^{3/2} \quad (2)$$

По результатам статистических исследований, оптимальным является положение источника, при котором угол падения на дальний освещенный край составляет около 54 градусов.

Для равномерного распределения энергии необходима система отражателей. Примем ΔE за разницу между максимальным освещением (E_{max}) и необходимым дополнительным (рис. 3).

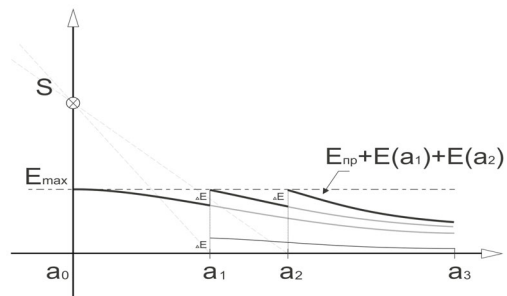


Рисунок 3. Схема дополнительного освещения

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

Зная $Ea_1 = E_{\max} - E$, мы можем определить положение a_1 и найти новую кривую освещенности. Для этого преобразуем формулу:

$$\begin{aligned} a_0 a_1 &= \sqrt{(R(a_1)^2 - a_0 S^2)}, \\ \cos(a) &= a_0 S / R, \quad E_{np}(a_1) = I \times a_0 S / R(a_1)^3 \\ R(a_1) &= I \times a_0 S / E_{np}(a_1)^{1/3} \end{aligned} \quad (3)$$

Следует отметить, что для каждой точки $a \in [a_0; a_3]$ существует множество (геометрическое место) точек, в которых могут располагаться дополнительные источники света, создающие одинаковую освещенность. На рисунке 4 показана часть линии, на которой могут находиться мнимые источники света, создающие одинаковую освещенность на исследуемом отрезке.

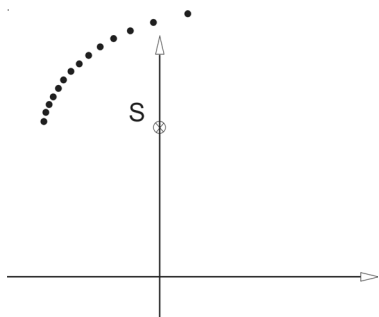


Рисунок 4. Геометрическое место точек линии мнимых источников первого зеркала

Уравнение, определяющее положение точек, в которых могут располагаться мнимые источники света, можно записать в виде:

$$a' a_1 = \sqrt{((I \times a' S' / \Delta E)^{1/3} - (a' S')^2)}, \quad (4)$$

где $a' a_1$ – это расстояние между проекцией мнимого источника света на ось x и точкой, для которой находится дополнительная освещенность;

I – интенсивность источника излучения;

$a' S'$ – высота мнимого источника; E – необходимое дополнительное освещение.

Чтобы определить положение a_2 , необходимо построить кривую освещенности $Ea_1 = E_{np} + E$. Точка, в которой интенсивность света достигает минимально допустимого значения, является началом отрезка, освещаемого вторым зеркалом. Кривая интенсивности $Ea_2 = Ea_1 + E$ находится по аналогии с первой. Таким же образом можно определить точку начала третьего

зеркала a_3 , а также общую кривую освещенности $Ea_3 = E_{np} + Ea_1 + Ea_2 + E$.

Зная геометрическое множество положений точек мнимых источников, можно определить оптимальное их положение по условиям задачи (Рис. 5).

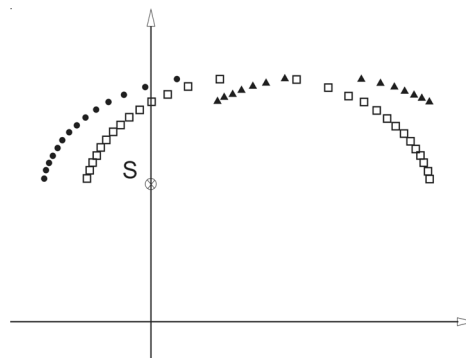


Рисунок 5. Геометрическое место точек линии мнимых источников: ● - для первого зеркала, □ - для второго, ▲ - для третьего

Исходя из физического смысла задачи, отражатель, а значит, и мнимый источник не могут находиться ниже освещаемого отрезка. Следовательно, мнимый источник может находиться не на всем протяжении линии, а только на ее части. Эта часть также ограничивается осью симметрии искомой группы отражателей. Таким образом, оптимальное положение первого зеркала – с началом, лежащим на оси симметрии. Конец третьего зеркала по условиям задачи должен находиться на оси X . Оптимальное положение для второго зеркала – с началом в конце первого и заканчивая началом третьего зеркала (Рис. 6). В таком варианте кривая интенсивности освещения будет совпадать с требуемым вариантом.

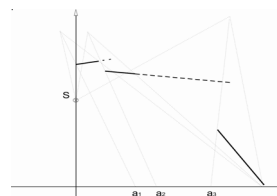


Рисунок 6. Оптимальное положение отражателей по заданной освещенности

1. Гуторов М. М. Основы светотехники и источники света. М.: Энергоатомиздат, 1983..

2. Юрков В. Ю., Литунин С. Н. К расчету отражателей копировальных установок / Известия вузов. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2003. №. 4. С. 68–78.

РОЛЬ CALS-ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ШВЕЙНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

О. А. ДРЕМЛЮГА, И. А. ШЕРОМОВА

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

В настоящее время только те фирмы и предприятия могут рассчитывать на выживание и получение прибыли, которые уделяют значительное внимание вопросам обеспечения и управления качеством продукции. Швейные предприятия при этом не являются исключением.

В соответствии с международными стандартами ИСО серии 9000: «Качество – способность совокупности характеристик, присущих продукции, выполнять требования потребителей и других заинтересованных сторон». Исходя из данного определения, качество оценивается путём сравнения фактических показателей свойств с требованиями потребителей [1].

От полноты номенклатуры показателей качества продукции, корректности их выбора и количественного определения, в конечном итоге, зависит достоверность и наглядность результатов оценки, и выбор предпочтительного варианта продукции в конкретных социально-экономических условиях и с ориентацией на потребителя. В связи с этим значительно возрастает важность точной и сопоставимой оценки показателей качества в швейном производстве, причем как готовой продукции, так и свойств материалов, из которых она изготовлена.

Управление качеством продукции складывается из двух составляющих: выпуск продукции чёткой адресностью её назначения и обеспечение соответствия показателей качества требованиям потребителей и нормативных документов. Все действия по управлению качеством продукции невозможны без чётко работающей системы функционального обеспечения качества на всех этапах жизненного цикла (ЖЦ) продукции. В связи с чем необходимо иметь четкое представление о структуре жиз-

© О. А. Дремлюга, И. А. Шеромова, 2013

ненного цикла конкретного продукта и обеспечении функций качества на его этапах.

Жизненный цикл одежды можно представить в следующем виде (рис. 1) [2, с. 71].

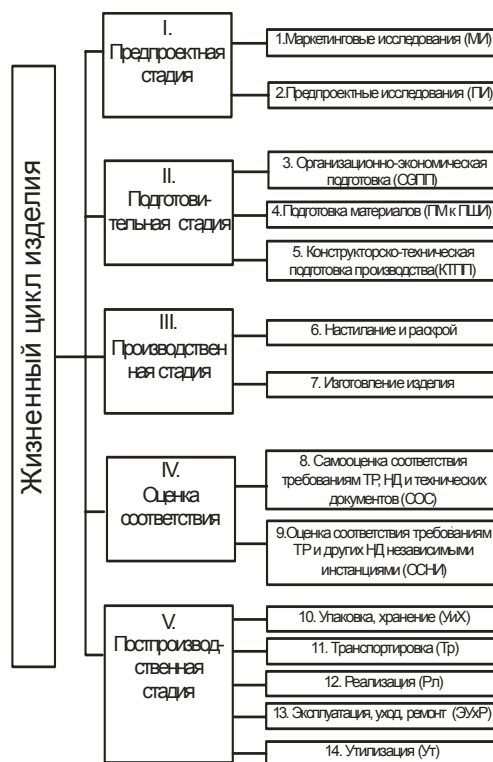


Рисунок 1. Обобщенная структурная модель ЖЦ одежды

Соответствие функций качества этапам жизненного цикла одежды показано на рисунке 2. Каждому этапу ЖЦ швейных изделий соответствует свое направление и содержание концепции управления качеством. При этом применительно к швейным изделиям, в том числе одежде, отчетливо просматривается приоритетность подготовительной стадии в вопросах обеспечения практически всех функций качества. Проведенные исследования позволяют утверждать, что с точки зрения информационной поддержки подготовительная стадия может быть представлена как система, подсистемами которой являются все этапы жизненного цикла изделия. Исходя из этого возникает необходимость внедрения в деятельность швейного предприятия таких технологий управления качеством, которые бы обеспечивали информационную поддержку всех без исключения этапов ЖЦ одежды.

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

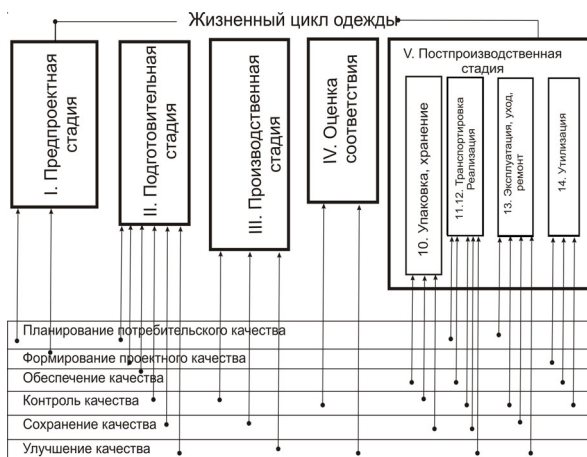


Рисунок 2. Взаимосвязь этапов ЖЦ и функций обеспечения качества

В системе управления качеством продукции используются различные инструменты и технологии, применение которых зависит от поставленных целей и задач. Комплексное решение проблемы качества в современных условиях возможно на основе использования принципов системного подхода и стратегии CALS-технологий, русскоязычное наименование которых – ИПИ-технологии (Информационная Поддержка жизненного цикла Изделий).

Основу концепции ИПИ (CALS) составляют технологии и методы представления данных об изделии (продукте), процессах и среде, разработанные таким образом, чтобы сделать возможным использование однажды созданной информации на последующих стадиях жизненного цикла, то есть создание единого информационного пространства (ЕИП) для всех участников ЖЦ изделия.

Единое информационное пространство должно обладать следующими свойствами:

- вся информация представлена в электронном виде;
- ЕИП охватывает всю созданную об изделии информацию;
- ЕИП является единственным источником данных об изделии (прямой обмен данными между участниками ЖЦ исключен);
- ЕИП строится только на основе международных стандартов, государственных и отраслевых информационных стандартов;
- для создания ЕИП используются

программно-аппаратные средства, уже имеющиеся у участников ЖЦ;

- ЕИП постоянно развивается.

В контексте концепции CALS методы и технологии управления качеством приобретают новое развитие. Применение ИИС обеспечивает информационную поддержку и интеграцию процессов, а соответственно и возможность использования электронных данных, созданных в ходе различных процессов предприятия, для задач управления качеством.

Использование концепции CALS даёт возможность расширить область деятельности предприятия за счёт кооперации между предприятиями, обеспечиваемой стандартизацией предоставления информации; позволяет повысить эффективность бизнес-процессов, выполняемых в течение ЖЦ продукции, за счёт информационной интеграции и сокращения затрат на бумажный документооборот; позволяет повысить привлекательность и конкурентоспособность изделий, спроектированных и произведённых в интегрированной среде с использованием современных технологий, и, в конечном счёте, позволит обеспечить заданное качество продукции.

1. Магомедов Ш. Ш., Беспалова Г. Е. Управление качеством продукции: учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. 336 с.

2. Шеромова, И. А. Дремлюга О. А., Жихарев А. П. Разработка концепции совершенствования подготовки производства одежды. Дизайн и технологии, № 15 (57). М.: МГУДТ, 2010. С.69-74.

УДК: 332.15

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПРАКТИКА ТЕХНИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Д. Ш. ЕРУБАЕВА

*Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза*

9 ноября 2004 года Президентом РК Н. А. Назарбаевым подписан Закон Республики Казахстан «О техническом регулировании», который вступил в силу в мае 2005 года [1].

Настоящий Закон устанавливает правовые основы государственной системы технического регулирования, направленного на обеспечение безопасности продукции, услуги, процессов в Республике Казахстан.

Законодательство Республики Казахстан о техническом регулировании основывается на Конституции Республики Казахстан и состоит из настоящего Закона и иных нормативных правовых актов. Если международным договором, ратифицированным Республикой Казахстан, установлены иные правила, чем те, которые содержатся в Законе, то применяются правила международного договора.

Закон регулирует общественные отношения по определению, установлению, применению и исполнению обязательных и добровольных требований к продукции, услуге, процессам жизненного цикла продукции (далее процессы), подтверждению соответствия, аккредитации и государственному контролю и надзору в области технического регулирования. Объектами технического регулирования являются продукция, услуга, процессы. Субъектами технического регулирования являются государственные органы, а также физические и юридические лица, осуществляющие деятельность на территории Республики Казахстан и обладающие в отношении объектов технического регулирования правом пользования в соответствии с гражданским законодательством Республики Казахстан [1].

Основными целями технического регулирования являются:

1) обеспечение безопасности продукции,

услуги, процессов для жизни и здоровья человека и окружающей среды, в том числе растительного и животного мира;

2) обеспечение национальной безопасности;

3) предупреждение действий, вводящих в заблуждение потребителей относительно безопасности продукции, услуги;

4) устранение технических барьеров в торговле;

5) повышение конкурентоспособности продукции.

Техническое регулирование основывается на принципах:

1) единства и целостности государственной системы технического регулирования;

2) применения единой терминологии, правил установления требований к продукции, услуге, процессам;

3) целесообразности и достижимости целей технического регулирования, обеспечения равных возможностей для участия в процессах технического регулирования, баланса интересов государства и заинтересованных сторон;

4) равенства требований к отечественной и импортируемой продукции, услуге и процедурам, подтверждения их соответствия установленным требованиям;

5) приоритетного использования достижений науки и техники, стандартов международных и региональных организаций при разработке нормативных правовых актов в области технического регулирования и стандартов;

6) соответствия требований нормативных правовых актов в области технического регулирования уровню развития экономики, материально-технической базы и научно-технического развития государства;

7) доступности нормативных правовых актов в области технического регулирования, стандартов и информации о них, о порядке их разработки, утверждения, опубликования, за исключением сведений, составляющих государственные секреты и иную охраняемую законом тайну;

8) добровольного выбора стандартов с целью их применения;

9) единой системы и правил подтверждения соответствия;

10) недопустимости совмещения одним органом полномочий по аккредитации и подтверждению соответствия;

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

11) несовместимости в одном государственном органе функций государственного контроля и надзора и подтверждения соответствия;

12) независимости органов по подтверждению соответствия от изготовителей (исполнителей), продавцов и покупателей;

13) недопустимости ограничения конкуренции в работах по подтверждению соответствия.

Структуру государственной системы технического регулирования составляют:

1) Правительство Республики Казахстан;

2) уполномоченный орган;

3) государственные органы в пределах своей компетенции;

4) экспертные советы в области технического регулирования при государственных органах;

5) информационный центр по техническим барьерам в торговле, санитарным и фитосанитарным мерам (далее – Информационный центр);

6) технические комитеты по стандартизации;

7) органы по подтверждению соответствия, лаборатории;

8) эксперты-аудиторы по подтверждению соответствия, стандартизации и аккредитации;

9) государственный фонд нормативных правовых актов в области технического регулирования и стандартов.

В Казахстане, как и в других постсоветских республиках, обязательные технические нормы установлены в стандартах, а также других нормативных документах, таких, как СанПиН, СНИП, фармакопейные статьи; экологические, пожарные, ветеринарные, энергетические, транспортные правила. Многообразие обязательных документов, во-первых, создает определенные трудности при производстве продукции и услуг, во-вторых, создает сложности при внешних торговых отношениях отечественных производителей.

Формирование системы технических регламентов – это большая, трудоемкая и длительная работа. Она должна осуществляться совместно с органами государственного управления, уполномоченными проводить нормирование в области качества и безопасности продукции; органами государственного надзора, контролирующими выполнение обязательных требований; хозяйствующими субъектами, реализующими на практике обязательные нормы [2].

Для этого очень важно создание мощных правовых основ, которые позволят работать системе технического регулирования эффективно.

Проблема технического регулирования носит комплексный, системный характер. Как сложная организационно-техническая и экономическая система для каждого конкретного периода времени она требует постановки и реализации наиболее актуальных целей и задач.

В настоящее время Государственная система технического регулирования и метрологии РК решает ряд крупных методических и организационных вопросов, которые являются фундаментом для достижения целей, поставленных законов. Разрабатываются структурные решения по созданию национальных органов по стандартизации и аккредитации, главная цель которых организовать эту работу более эффективно, гармонизировать ее с международными требованиями и практикой и добиться на этой основе признания нашей деятельности в области технического регулирования за рубежом [3].

Их обсуждение становится еще более актуальным в связи с тем, что в течение нескольких лет предстоит работать параллельно в двух системах технического регулирования: старой и новой. Новые процедуры только формируются. В этой ситуации уже сейчас крайне важно понять, какие организационные изменения произойдут в деятельности по установлению требований по безопасности, стандартизации, подтверждению соответствия и других аспектах технического регулирования.

1. Республика Казахстан. Законы. О техническом регулировании. Астана, «СМАО РМК», 2004.

2. Исатаев Н. К. Управление качеством на основе стандартов СТ РК ИСО 9000: методическое пособие. Кустанай: Консалтинг ПРЭКО, 2011.

3. СТ РК ИСО 9001-2008. Система менеджмента качества. Требования.

УДК: 338.24

ПОРЯДОК СОЗДАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Б. К. ДЖАЗЫКБАЕВА

*Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза*

В последние годы крупные компании внедряют одновременно несколько систем менеджмента, основанных на международных стандартах ИСО 9001, ИСО 14001 и OHSAS 18001. Системы, состоящие из двух и более систем менеджмента качества, носят название Интегрированные Системы Менеджмента (ИСМ).

Интегрированная система менеджмента – часть системы общего менеджмента организации, отвечающая требованиям двух или более международных стандартов системы менеджмента и функционирующая как общее целое.

Интегрированные системы менеджмента помогают более успешному продвижению организации как на отечественном так и международном рынке, нежели одна или несколько параллельно интегрированных систем менеджмента. ИСМ повышает доверие к предприятию со стороны клиентов, инвесторов, кредитных и страховых компаний. Примечательно, что внедрение ИСМ менее трудоемко, чем внедрение нескольких параллельных систем. Затраты на разработку и внедрение ИСМ ниже, чем суммарные затраты на несколько систем менеджмента, интегрированных параллельно.

Преимущества ИСМ:

- ИСМ обеспечивает большую согласованность действий внутри организации, усиливая тем самым синергетический эффект, заключающийся в том, что общий результат от согласованных действий выше, чем простая сумма отдельных результатов;

- ИСМ минимизирует функциональную разобщенность в организации, возникающую при разработке автономных систем менеджмента;

- создание ИСМ, как правило, значительно менее трудоемко, чем нескольких параллельных систем;

- число внутренних и внешних связей в ИСМ меньше, чем суммарное число этих связей в нескольких системах; объем документов в интегрированной системе значительно меньше, чем суммарный объем документов в нескольких параллельных системах;

- в ИСМ достигается более высокая степень вовлеченности персонала в улучшение деятельности организации;

- способность ИСМ учитывать баланс интересов внешних сторон организации выше, чем при наличии параллельных систем;

- затраты на разработку, функционирование и сертификацию ИСМ ниже, чем суммарные затраты при нескольких системах менеджмента.

Таким образом, внедрение систем обеспечивает:

- повышение эффективности разработанной и функционирующей системы менеджмента;

- упрощение структуры системы менеджмента;

- значительная экономия средств, необходимых на разработку и сертификацию;

- совмещение ряда процессов в рамках интегрированной системы;

- повышение оперативности адаптации к изменяющимся условиям;

- большая привлекательность компании и ее продукции для потребителя, инвестора и других заинтересованных лиц.

С целью активизации деятельности предприятий и организаций Республики Казахстан по внедрению современных систем менеджмента разработана Концепция развития систем менеджмента в Республике Казахстан. Данная Концепция определяет основные направления государственной политики в области создания и применения систем менеджмента, соответствующих требованиям международных стандартов, постоянного совершенствования этой деятельности на период до 2015 года [1].

Согласно Концепции, развитие систем менеджмента в Казахстане должно происходить по двум направлениям:

- 1) Разработка и внедрение на предприятиях и организациях всех сфер деятельности отдельных систем менеджмента, соответствующих ISO 9001; ISO 14001; ISO 22000; OHSAS 18001; SA 8000 и др.

2) Развитие систем менеджмента – это разработка и внедрение интегрированных систем менеджмента на предприятиях и организациях всех сфер деятельности.

Система качества по определению международных стандартов, представляет собой совокупность организационной структуры, ответственности, процедур, процессов и ресурсов, необходимых для общего руководства качеством услуг и является средством, обеспечивающим соответствие услуг установленным требованиям.

Построение системы менеджмента качества не является одномоментным действием, а представляет собой процесс, зависящий от степени развития системы управления. Система менеджмента качества создается работниками организации, на каждом этапе формирования которой критерием правильности служит положительный результат. В настоящее время назрела необходимость проведения пропаганды идей международных стандартов ISO по менеджменту и обеспечение широко – масштабности, системности и планомерности этой работы, в сфере деятельности предприятий.

На сегодняшний день, мировое признание для оценки и построения СМК получили стандарты ISO серии 9000 версии 2009 года, в которых изложены понятие и требования к системе менеджмента качества, представляющей одну из систем управления предприятием (система безопасности, финансовая система, экологическая система и др.) и отличающаяся от других систем объектом управления. Система менеджмента качества, соответствующая ISO 9000 приносит пользу и выгоды всем заинтересованным сторонам (потребители, акционеры, руководство, персонал, общество, партнёры и др.) и служит для повышения удовлетворённости потребителей [2].

В целом, конкурентные преимущества и выгоды от создания системы менеджмента качества, соответствующей ISO 9001:2009 и получения сертификата, можно разделить на 2 группы.

В первую входят выгоды и преимущества, проявляющиеся сразу после сертификации системы менеджмента качества:

- у руководителей всех уровней появляется инструмент оценки и анализа деятельности в разрезе процессов;

- идентификация участков улучшения;
- выгоды при участии в тендерах;
- повышение инвестиционной привлекательности;
- возможность заключения долгосрочных отношений с потребителями и поставщиками;
- повышение имиджа;
- возможность выхода на мировой рынок;
- появление прозрачности работы организации.

Ко второй группе относятся выгоды, проявляющиеся со временем при результативности системы менеджмента качества:

- снижение внутренних издержек – возможность увеличения прибыльности или снижения цены на услугу;
- снижение нерационально используемого времени, что приводит к повышению эффективности работы организации;
- повышение мотивации персонала за счёт прозрачности и четкости выполнения функциональных обязанностей;
- устранение кажущихся неразрешимыми проблем;
- повышение конкурентоспособности услуги за счёт получения фактических данных для анализа;
- возможность получения «Премии по качеству».

Внедряя стандарты в системы менеджмента, пищевые предприятия могут добиться признания только по отдельным аспектам своей деятельности, вместе с тем порождая несогласованность в управлении различными объектами внутри предприятия. Поэтому актуален новый подход, который заключается в интегрировании (объединении) разрозненных мероприятий в единую систему.

Для пищевых предприятий необходимо решать проблемы, которые связаны как с качеством, так и с безопасностью продукции, в связи с этим целесообразно интегрировать систему менеджмента качества (СМК) с системой менеджмента безопасности пищевых продуктов (СМБПП).

При создании интегрированной системы менеджмента качества и безопасности (ИСМКиБ) должны решаться задачи формирования культуры общего менеджмента с учетом требований СТ РК ИСО 9001-2009 «Системы менеджмента качества. Требования» [3].

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

Этапы создания ИСМКиБ:

1. Принятие руководством решения о создании ИСМКиБ.

На данном этапе особая роль принадлежит высшему руководству. Приступая к разработке системы необходимо:

- принять срок начала разработки ИСМКиБ;
- определить сложность и продолжительность работы;
- создать схему организационной структуры предприятия;
- выбрать образовательную и консалтинговую фирму.

2. Организация работ по созданию ИСМКиБ:

- проведение, прежде всего руководством предприятия, широкой разъяснительной работы в части причин, целей, характера, сроков и последствий создания ИСМКиБ;
- выработка четкой стратегии создания ИСМКиБ, определение и выделение для ее реализации необходимых ресурсов;
- обеспечение благоприятных стартовых условий для выполнения работ;
- специальные занятия и тренинги для членов руководящих и рабочих органов;
- постоянная поддержка работ со стороны руководства, демонстрация заинтересованности в успешном завершении работ, проявление особого внимания группам и отдельным сотрудникам, от которых можно ожидать наибольшего противодействия;
- мониторинг и регулярный анализ хода работ, информирование о его результатах всего персонала посредством прямых контактов с сотрудниками.

3. Обучение. Проводится подготовка высшего руководства предприятия по ИСМКиБ, подготовка руководителей подразделений, подготовка внутренних аудиторов, массовое обучение персонала предприятия.

4. Проектирование ИСМКиБ. При создании ИСМКиБ требуется лишь четкое структурирование основных объектов и механизма управления, рассматриваемых каждой системой.

На данном этапе необходимо:

- провести сравнительный анализ требований интегрируемых стандартов;
- определить области интеграции систем;
- реализовать процессный подход.

5. Документирование ИСМКиБ. Предусматривает определение состава и структуры документов, установление правил их разработки и идентификации. На предприятии разрабатываются документы первого (Политика и цели в области качества и безопасности, руководство по качеству и безопасности) и второго уровня (документированные процедуры, карты процессов, дополнительные документированные процедуры, записи).

6. Внедрение ИСМКиБ. На данном этапе важно добиться, чтобы спроектированная система заработала и вошла в режим стабильного функционирования.

7. Анализ ИСМКиБ. Проводятся проверки ИСМКиБ – анализ со стороны руководства, проведение комбинированного внутреннего и внешнего аудитов.

8. Подготовка к сертификации ИСМКиБ:
- выбор органа по сертификации;
 - проведение предсертификационного аудита силами внутренних аудиторов и внешних консультантов;
 - подготовка персонала к взаимодействию с внешними аудиторами.

9. Сертификация ИСМКиБ. Проведение сертификации и выдача соответствующих сертификатов с дальнейшей ежегодной инспекционной проверкой на соответствие применяемым стандартам.

Такой подход позволит предприятию создать ИСМКиБ, способную постоянно повышать степень удовлетворенности потребителей, гарантировать производство качественной и безопасной пищевой продукции и непрерывно совершенствовать деятельность предприятия

1. Концепция развития систем менеджмента в Республике Казахстан до 2015 года – Астана: Комитет по техническому регулированию и метрологии министерства индустрии и торговли Республики Казахстан, 2008.

2. СТ РК ИСО 9001 – 2009. Система менеджмента качества. Требования.

3. OHSAS 18001: 2007. Система менеджмента профессиональной безопасности и здоровья. Требования.

УДК: 637.1

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

К. С. КАКЕНОВ, Ж. К. АУЕЗ

*Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза*

Молочные продукты относятся к той категории продуктов, которые в терминах официальной лексики принято называть товарами повседневного спроса. Потребление молочной продукции напрямую влияет на состояние здоровья нации: как утверждают ученые, молоко - это один из базовых продуктов питания, важная составляющая здорового рациона людей всех возрастов во всем мире. Не случайно в последние годы свыше 90 % роста мирового потребления молочной продукции приходится на рынки развивающихся стран, население которых по мере роста доходов стало расширять свое меню за счет здоровой пищи. Потому вполне закономерно, что обеспечение внутреннего рынка страны молочными продуктами собственного производства является вопросом продовольственной безопасности. По мнению экспертов, обеспечить продовольственную безопасность можно лишь в том случае, если 80 % потребляемой населением продукции производится внутри страны. К сожалению, в настоящее время на казахстанском молочном рынке сложилась тревожная ситуация. Отечественные производители теряют свои позиции, а доля продукции, выпущенной за рубежом, в общем объеме потребления растет медленно, но верно.

В развитии сельского хозяйства Казахстана в настоящее время заметна тенденция стабилизации и роста производства всех видов сельскохозяйственной продукции, в т. ч. молока. В 2009 году Казахстан произвел 5,3 млн т молока. Объем производства коровьего увеличивается ежегодно на 2-4 %, однако 90 % сырого молока производится в личных хозяйствах населения. В сложившихся условиях основной прирост предложения сырого молока обеспечивается за счет хозяйств населе-

ния, мелких по размерам, обособленных, не имеющих потенциала роста и производства высококачественного сырья, малопривлекательных в качестве партнера для молочной отрасли, а также слабо взаимодействующих с рыночной системой госрегулирования.

В статье академика С. Г. Курмангалиева, приводится статистика по потреблению молока. По этим данным, в Казахстане потребность в молоке и молочных продуктах согласно нормам потребления составляет 260 кг/чел. Таким образом, в Казахстане наблюдается потребление молока и молочных продуктов выше нормативных показателей, но при этом ощущается большой дефицит молочных продуктов, т.к. большая часть сырого молока не отправляется на переработку. Однако возможности сельскохозяйственной отрасли Казахстана позволяют не только обеспечить население республики молочной продукцией, но и оставить потенциал для создания экспортоориентированной продукции. Население страны по молоку и молочным продуктам вполне может быть самообеспеченным, с дальнейшей поставкой этой продукции на экспорт. В стране имеются некоторые свои особенности по обеспечению населения молоком и молочными продуктами с учетом количества производимого сырого молока, его качества, цены и существующих производственных мощностей. Перед производителями и переработчиками молочного сырья стоит задача решить проблему рыночных нормативных показателей потому, что существует большой дефицит молочных продуктов, т. к. большая часть сырого молока не отправляется на переработку [1].

Спрос на молочную продукцию определяется доходами населения, лояльностью потребителей, способностью отечественной промышленности продуктивно перерабатывать сырье в конкурентоспособный товар. Только после этого можно строить планы по развитию молочного животноводства. Мировое увеличение цен на продукты питания не обошли стороной и Казахстан. Повышение цен на зерно привело к подорожанию кормов, в результате это привело к росту цен на всю животноводческую продукцию. Хотя есть и положительная сторона для сельхозтоваропроизводителей, возрос уровень рентабельности сельскохозяйственной продукции, но следует отметить и то,

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

что для молочного производства характерно сезонное производство, зависимое от количества удоев молока. А это в свою очередь сказывается на изменении реализационных цен. Так, если в зимнее время идет рост цен, то с апреля по сентябрь цена снижается. Цены на молоко и молочную продукцию в 2011 г. превысили уровень цен 2009 и 2010 гг. Ценовая ситуация на молоко и сметану имеет ежегодные сезонные изменения. Следует отметить, что сыр у нас является на 90 % импортным, на формирование цены повлияло повышение тарифов на услуги логистики. Отпускные цены на молоко у сельскохозяйственных товаропроизводителей изменились на 28 %. Резкое изменение цен в течение года связано в основном с сезонностью в производстве. Экспорт молочных продуктов ограничен из-за невысокого качества продукции, связанного с низким уровнем оснащения предприятий, подавляющего производства молока в личных подсобных хозяйствах, где трудно соблюдать санитарные требования. Низкое качество молока является результатом низких требований к нему и незаинтересованности сдагчиков в поставке качественного молочного сырья. Отсюда вытекает следующая проблема - невысокая товарность молока, производимого в республике.

В Казахстане объемы импорта продуктов глубокой переработки молока ежегодно увеличиваются, что может привести к зависимости от стран-импортеров. Превышен 50 %-ный порог импортозависимости по следующим продуктам переработки молока: по сыру и творогу - 61,3 %, по молоку и оливкам сгущенным - 85,3 %, по сухому молоку - 83,3 %. [1]

Таким образом, в Казахстане наблюдается потребление молока и молочных продуктов ниже рекомендуемых нормативных показателей потому что существует большой дефицит молочных продуктов, т. к. большая часть сырого молока не отправляется на переработку.

На сегодняшний день Казахстанскую индустрию по производству молочных продуктов представляют порядка 250 небольших предприятий мощностью 5 – 50 тонн молока в день, тогда как прежде, в советский период, в данной отрасли действовали крупные игроки. В каждой области действовало одно-два крупных предприятия, способных переработать 50 – 200 тонн молока в смену и располагающих

сетью приемных пунктов и районных заводов. В настоящее же время крупные игроки остались в меньшинстве. Как считает представитель Молочного союза Казахстана С. Курмангалиев, при широком ассортименте и разнообразии поставщиков покупатель сегодня имеет возможность выбирать молочные продукты по своему вкусу, однако цены на них высоки и постоянно растут из-за сырья, удорожания тепло- и энергоресурсов, ГСМ. В результате определенные категории населения не могут купить даже необходимый минимум молочных продуктов, что также ведет к спаду производства. По мнению экспертов Молочного союза, на уровне цен не лучшим образом сказался переход к мелкому производству, поскольку доля вышеперечисленных статей затрат на единицу продукции достигает 40 – 50 % и удельный вес этих расходов обратно пропорционален размеру предприятий. Кроме того, если раньше предприятия торговли сами приезжали за продукцией, то сегодня производители вынуждены сами объезжать магазины и супермаркеты, предлагая товар. Таким образом, для большинства предприятий, работающих в сегменте малого бизнеса, производство молочной продукции, оказывается нерентабельным, а выживать позволяет производство других видов продуктов, например, соков или напитков. В таких условиях трудно думать об успешной конкуренции с крупными зарубежными игроками [2].

На положение в индустрии по производству молочных продуктов напрямую влияет и сырьевая составляющая. О низком качестве сырья, поставляемого на молочные заводы, говорилось неоднократно, но, несмотря на констатацию очевидного факта, ситуация в этой области практически не претерпела изменений к лучшему. Получить качественное молоко невозможно без хорошей кормовой базы, но для большинства частных хозяйств, которые поставляют казахстанским производителям “молочки” 90 % сырья, организация процесса откорма скота “по науке” оказывается неподъемной в плане материальных затрат. Государственные субсидии на корма для сельскохозяйственных предприятий распространяются главным образом на крупных игроков, но не на мелкие хозяйства, обеспечивающие львиную долю поставок отечественного сырья на мол-

заводы. Не удивительно, что частники зачастую не могут поставить молоко нужного качества, соответствующее стандартам по уровню бактериальной загрязненности, по техническим свойствам. В результате, отмечают представители Молочного союза, предприятия республики перерабатывают всего лишь треть от общего объема, полученного в Казахстане молока, мощности предприятий загружены лишь частично, а недостаток отечественного сырья производители восполняют за счет сухого молока, поставляемого из России и Украины. Оно хотя и обходится дороже казахстанского, что в конечном итоге сказывается на цене готового продукта, но зачастую превосходит его по качеству [3].

1. Пищевая и перерабатывающая промышленность Казахстана. № 5/2010. с. 30.
2. <http://www.agroalem.kz/>
3. <http://online.zakon.kz>

УДК:338.24

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ВЕРТИКАЛЬНОИНТЕГРИРОВАННЫХ КОМПАНИЙ

Г. А. ЕСЕНБАЕВА, И. Е. ЖАКИШЕВА

*Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза*

В последние десятилетия экономика Казахстана претерпела значительные структурные изменения. Особенно быстро эти изменения развиваются в отраслях, связанных с добычей и переработкой природных ресурсов, к которым относятся нефтяная, угольная, алюминиевая и другие области промышленности. Здесь доминирующее положение заняли новые для казахстанской экономики холдинговые структуры, а именно вертикально интегрированные компании, объединившие под своим контролем различные этапы производственного цикла, начиная от поиска и добычи сырья и заканчивая сбытом готовой продукции.

Формирование рыночной экономики требует проведения прогрессивных преобразований, связанных с глубокой реструктуризацией самого производства, а также изменения харак-

тера функционирования его хозяйственного механизма и межхозяйственных связей. Примером системных преобразований может служить создание вертикально-интегрированных структур.

Главным аргументом создания вертикально-интегрированных промышленных компаний являлось снижение рисков «максимальных потерь», связанных с возможными потерями контроля конкурентами источников сырья, рынков сбыта, ключевых сервисных услуг, транспортных или энергетических систем. Одновременно решалась проблема налоговой стабильности созданием системы внутренних трансфертных цен, бартерных операций и т. д. [1]

Интеграция позволяет закрепить хозяйственные связи, усилить стимулы для получения наиболее эффективного конечного результата, сконцентрировать ресурсы по наиболее эффективным направлениям технической политики, использовать наиболее эффективно систему взаиморасчетов, в том числе за счет применения расчетных цен, повысить конкурентоспособность производителей на внешнем рынке, а также наиболее экономно решать отдельные задачи использования производственной и социальной инфраструктуры.

Вертикальная интеграция - это организационное объединение, слияние предприятий смежных технологических операций. Существующее многообразие подходов к объяснению вертикальной интеграции говорит о том, что, являясь одной из сложных форм организации, она служит различным экономическим целям и ведет к разнообразным последствиям.

Самым очевидным последствием вертикальной интеграции является ограничение доступа конкурентов на смежные вдоль технологической цепочки рынки, т. е. уменьшение количества самостоятельных поставщиков или покупателей для конкурирующих фирм. Снижение себестоимости конечного продукта технологической цепочки также может стать причиной для вертикальной интеграции, поскольку последовательные технологические процессы, естественно совпадающие во времени и пространстве, диктуют определенные схемы эффективного производства.

Вертикальная интеграция может быть одним из элементов стратегического поведения

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

фирмы, который усиливает ее конкурентную позицию в отрасли. Это проявляется в росте отраслевых входных барьеров, снижении цены сырья и полуфабрикатов, дифференциации производства за счет освоения навыков и технологий в других звеньях цепочки ценностей, уменьшении зависимости от поставщиков компонентов и сбытовых структур.

Возникающая при интеграции компаний новая структура может использовать эффект синергии, заключающийся в том, что результат деятельности объединения фирм превосходит сумму результатов деятельности разрозненных фирм [2].

Наиболее очевидные положительные эффекты построения, развития и функционирования интегрированных компаний является:

- повышение эффективности производства через оптимизацию технологической цепочки участников вертикально-интегрированной системы;
- усиление конкурентной позиции как ВИК в целом, так и ее отдельных бизнес-единиц;
- концентрация и ускорение воспроизводства корпоративного капитала;
- снижение транзакционных издержек при заключении сделок между хозяйствующими субъектами, входящими в единую интегрированную структуру.

Однако вертикальная интеграция имеет и отрицательные стороны. Наиболее важными из них являются:

- рост власти менеджеров компании, так как их интересы не всегда совпадают с желаниями собственников, что может приводить к конфликтам по поводу размеров дивидендов, которые уменьшают объем подконтрольных менеджменту финансовых ресурсов, снижая т. е. власть последних;
- снижение уровня конкуренции, ограниченное доступа конкурентов на смежные вдоль технологической цепочки рынки, что следует признать положительным эффектом для участников вертикально-интегрированной компании, однако отрицательным для развития отрасли, национальной экономики в целом, росту монополизма на рынках;
- рост издержек контроля и управления, необходимость подчинения единой стратегии снижает заинтересованность отдельных бизнес-единиц в собственной деятельности, что

приводит к необходимости создания дополнительных структур управления и контроля в рамках корпорации, увеличению управленческих расходов.

Организационно-экономические формы создания вертикально интегрированных корпораций в Казахстане осуществляется путем:

1. Договоров простого товарищества.
2. Холдингового отношения.
3. Объединение в рамках одного юридического лица.

В *таблице 1* расписана характеристика организационно-правовых форм предпринимательских объединений.

Таблица 1

Характеристика организационно-правовых форм предпринимательских объединений

| Характеристика организационно – правовых форм предпринимательских объединений | | | | |
|---|--|--|---|---|
| Определение | Степень подчинения | Механизм принятия решений | Защита от захватов через акционерный (делово) капитал | Ответственность |
| договор простого товарищества (ТОО) | равноправие, экономическая и юридическая независимость | ведение только общих дел совместно всеми или по доверенности и одним из участников | никакой защиты от внешнего захвата отдельного участника | солидарная ответственность участника по обязательствам товарищества |
| Холдинг вые отношения | Основное общество определяет решения, принимаемые дочерним; экономическая зависимость, юридическая независимость | Основное общество управляет дочерним через органы управления последнего | Основное общество не защищено от захватов, трудно захватить дочернее общество | Солидарная и субсидиарная ответственность основного общества по долгам дочернего, вызванных действиями основного общества в силу устава или договора, где указано обязательное выполнение дочерним обществом указаний основного |
| Единое юридическое лицо | Полное подчинение филиалов головной организации | Непосредственное административное управление филиалами | Уязвима только организация в целом | Юридическая и физическая ответственность головной организации за деятельность филиалов |

Проблема выбора формы вертикальной интеграции состоит в достижении уровня желаемого контроля над операциями предприятий технологической цепочки. Простое товарищество интересно тем, что его участники равноправны в принятии решений, но не обладают достаточной информацией о положении друг друга и ограничены в быстром управляющем воздействии друг на друга. Взаимоучастие в капитале может дать возможность для повышения информированности и улучшения

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

согласованности действий участников простого товарищества [3].

При организации единого юридического лица возникают издержки двух видов: издержки создания единой фирмы и издержки внутрифирменного управления, уровень которых может быть очень велик по сравнению с другими способами организации хозяйственных отношений. Особенно это касается издержек первого вида. Поэтому переход к единому юридическому лицу, если в этом возникнет необходимость, может быть осуществлен из холдинговых отношений, так как в этом случае уже существуют центральный агент и имущественные связи.

Холдинговая структура является способом организации трансакций, имеющим наиболее широкий спектр возможностей выбора форм вертикального взаимодействия, например, по централизации и децентрализации управления, использованию договора простого товарищества и давальческой схемы, консолидации и контролю расходованию инвестиционных средств, оптимизации налогообложения. Преимущества холдинговой структуры могут быть в некоторой степени сглажены, если основная компания не обладает полным имущественным контролем над дочерними обществами, из-за возникновения издержек по регулированию отношений с совладельцами этих обществ.

Существуют два варианта расположения управляющей компании в структуре холдинга. В первом случае основное общество берет на себя функции управляющей компании. Согласно второму варианту создается юридически самостоятельная управляющая компания, которой владеет основное общество. При использовании второго варианта четко выделяется центр управления и избегается имущественная взаимозависимость управляющей компании и дочерних предприятий. Кроме того, управляющая компания может выполнять функции единоличного исполнительного органа дочерних обществ, чтобы снизить опасность субоптимального поведения их генеральных директоров, которые будут включены в ее состав, также единой системы ведения справочника мероприятий для ремонтно-эксплуатационных нужд и объектов капитального строительства. Все это создает возможности для

существенной оптимизации процессов компании, что в итоге отражается на ее финансовых показателях [4].

1. Иванова В. О. Особенности менеджмента вертикально-интегрированной компании // Российское предпринимательство. 2011. № 11. Вып. 2 (196). С. 55-60.

2. Анискин Ю. П. Новые теоретические положения организации планирования развития интегрированных компаний // Организатор производства. 2009. №2.

3. Синогейкина Е. Г. Совершенствование методов оценки вертикально-интегрированных компаний // Сайт Бюро оценки Labrate.ru/ " материалы конгресса «10 лет оценочной деятельности в России. Итоги и перспективы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.labrate.ru/appraisal_kongress_4-5_06_2003.htm.

4. Повышение эффективности работы вертикально-интегрированных компаний // Материалы научно-практической конференции «Нефть, право и внешняя политика». Астана: Юридический институт Евразийского национального университета им. Л. Н. Гумилева. 2003. С. 54-56.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

К. С. КАКЕНОВ, Т. В. МУХАМЕТЖАНОВ

*Карагандинский экономический
университет Казпотребсоюза*

Обеспечение безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов – одно из основных направлений, определяющих здоровье населения и сохранение его генофонда.

С продуктами питания в организм человека поступает значительная часть веществ, опасных для ее здоровья. В связи с этим остро стоят проблемы, связанные с повышением ответственности за эффективность и объективность контроля качества пищевых продуктов, призванного гарантировать их безопасность для здоровья потребителя.

Качество продукции – определенная совокупность свойств продукции (услуги), потенциально или реально способных в той или иной мере удовлетворять требуемым потребностям при их использовании по назначению, включая утилизацию или уничтожение.

Одним из важнейших факторов роста эффективности производства является улучшение качества выпускаемой продукции или предоставляемой услуги.

Казахстан как суверенное правовое государство проводит целенаправленную политику в регулировании отношений в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов для здоровья населения и окружающей среды. Согласно Закону Республики Казахстан «О качестве и безопасности пищевых продуктов», от 8 апреля 2004 г. (глава 2 статья 6 п. 5) «Требования к качеству и безопасности пищевых продуктов, материалов и изделий», установленные государственными стандартами Республики Казахстан, санитарно-эпидемиологическими правилами и нормами, гигиеническими нормативами, ветеринарными (ветеринарно-санитарными) правилами и фитосанитарными нормативами, являются обязательными

© К. С. Какенов, Т. В. Мухаметжанов, 2013

для выполнения физическими и юридическими лицами, осуществляющими деятельность по обороту пищевых продуктов, материалов и изделий.

Определение качества товаров народного потребления и способы его выражения являются одной из важнейших проблем в современном товароведении. Это связано с тем, что проблема повышения качества продукции многогранна; она охватывает технические, экономические, политические и социальные аспекты. Особенность современного состояния этой проблемы состоит в том, что с развитием научно-технического прогресса она не упрощается, а становится все более сложной, все более острой.

В связи с отсутствием научного обоснования терминологии в области оценки качества продовольственных товаров существует множество определений понятия «качество пищевых продуктов». В товароведении, например дается следующее определение: «Качество пищевых продуктов – это совокупность свойств, обеспечивающих физиологические потребности человека в пищевых и вкусовых веществах, позволяющих отличить продукты друг от друга».

Контроль качества продовольственных товаров в торговле и в пищевой промышленности предполагает необходимость и возможность оценки потребительских показателей качества товара. К ним относятся показатели функциональные, надежности, эргономические, эстетические, экологические и безопасности [1].

В случае необходимости анализ и оценка качества товаров проводятся с учетом их социального назначения, определяющего совокупность социальных требований потребителей к качеству товаров, как изделиям массового спроса и потребления. Оценка показателей социального назначения проводится на этапе предварительного анализа товаров с целью выяснения целесообразности их разработки, а также при проведении экспертизы потребительских свойств на этапе создания опытного образца изделия (товара).

Для всех отраслей промышленности разработан ГОСТ 24886-81 «Промышленные товаров народного потребления. Выбор номенклатуры потребительских свойств и показателей

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

качества. Основные положения». Цель данного стандарта – установить номенклатуру показателей качества товаров при проведении аттестации продукции по категориям качества и экспертизе потребительских свойств новых видов товаров на этапе разработки технической документации и опытного образца (опытной партии).

В целях усиления контроля качества продовольственных товаров, поступающих от предприятий-изготовителей в торговлю, необходимо унифицировать отбор проб (образцов) для оценки и контроля качества изделий.

Методы определения показателей качества продукции подразделяют на две группы: по способам получения информации и по источникам получения информации.

В зависимости от способа получения информации методы определения показателей качества продукции делят на измерительный, регистрационный, органолептический и расчетный.

В свою очередь методы определения показателей качества продукции в зависимости от источника получения информации делят на традиционный (лабораторный), экспертный и социологический.

Наиболее значимы и наиболее часто применяются в отраслях пищевой промышленности и торговле следующие из вышеперечисленных методов. [2].

С помощью органолептического метода можно определить такие показатели качества пищевых продуктов: вкус, запах, цвет, интенсивность окраски, прозрачность, форма, звучание, температура, консистенция, а также фальсификацию продуктов. Этот метод не исключает возможность использования некоторых технических, но не измерительных и регистрирующих, средств, повышающих разрешающие способности органов чувств человека, например лупы, микроскопа, микрофона с усилителем.

Продовольственные товары должны быть не только вкусными, биологически ценными, но и обязательно внешне красивыми, привлекающими внимание покупателей. В настоящее время в процессе оценки и контроля качества продовольственных товаров все большее значение приобретают потребительские свойства изделий, которые характеризуются тремя следующими признаками: внешним видом това-

ра (форма, цвет, рисунок), его вкусом и запахом, а также консистенцией.

Внешний вид продовольственных товаров должен вызывать у человека приятные, соответствующие данному продукту вкусовые ощущения, желание попробовать его. Внешний вид пищевых продуктов должен убеждать покупателя в их свежести и вкусовых достоинствах.

В процессе изучения покупательского спроса на те или иные пищевые продукты было установлено, что большинство покупателей при выборе продуктов руководствуются главным образом зрительной оценкой качества товара, т. е. оценивают его внешний вид. Из них 8 % покупателей выбирают продукты по внешнему виду, 7 % - руководствуются услышанным мнением других покупателей о продукте, 3,5 % - запахом продукта, 1,5 % - на основании ощущений осязания и 1 % - посредством опробования.

Вкус и запах – показатели качества, от которых во многом зависят потребительские свойства продукта. За последнее время в стране и за рубежом большое внимание уделяется изучению природы веществ, обуславливающих вкус и запах пищевых продуктов, установлению механизма их образования в процессе технологической обработки сырья и полуфабрикатов, изучению условий и факторов, способствующих образованию вкуса и запаха продуктов.

Вкусовые и ароматические вещества пищевых продуктов выполняют роль раздражителей и являются столь же необходимыми компонентами питания, как белки, жиры, углеводы и другие вещества пищи.

Органолептический метод определения показателей качества имеет достоинства и недостатки. Наибольшим достоинством этого метода являются его простота и быстрота определения признаков продукта. Такой метод имеет решающее значение в процессе оценки качества виноградных вин, чая и некоторых других продуктов. Это связано с тем, что современными химическими анализами порой очень сложно или почти невозможно определить ничтожно малые количества различных химических веществ продукта, обуславливающих его вкус, аромат и цвет. При органолептическом же методе для установления, на-

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

пример, качества образца чая по всем стандартным показателям (внешний вид, вкус, аромат, цвет разваренного листа и настоя) достаточно лишь одной минуты.

Недостатком органолептического метода является его субъективность. Достоверность показателей качества товаров часто зависит от квалификации и практического опыта специалиста, физиологических особенностей его организма. Отдельные показатели качества не всегда могут быть выражены в расчетных единицах измерения, что затрудняет оценку уровня качества изделия.

Кроме того, с помощью органолептического метода нельзя определить биологическую ценность продукта, а также истинные причины тех или иных ощущений. Например, окраска пищевого продукта может быть обусловлена наличием как натуральных (естественных красителей (каротиноиды, антоцианы), так и искусственных (химических); аромат продукта может быть вызван присутствием как натуральных пахучих веществ (эфирные масла), так и синтетических или их смесью; вкус продукта может быть обусловлен натуральными сахарами и заменителями сахара, например, сахарином.

На формирование качества продовольственных товаров существенное влияние оказывает множество факторов: прогрессивность нормативно-технической документации; доброкачественность сырья и полуфабрикатов; совершенство планирования и соблюдение технологической дисциплины; оборудование цехов и гибкость механизма стимулирования труда; метрологическое обеспечение производства; организация службы контроля, транспортирования, хранения и реализации. Кроме того, качество товаров зависит от того, насколько рационально подобраны и расставлены кадры, как организован труд всего коллектива и какво качество работы отдельных исполнителей.

Процесс формирования качества продукции как единый объект управления складывается из взаимоподчиненных и взаимосвязанных отдельных этапов и стадий.

Качество на каждой стадии не только зависит от результатов деятельности на предыдущих стадиях, но и влияет на все последующие. Так, плохое качество сельскохозяйственного или природного сырья практически сво-

дит на нет отличное качество изготовлений. В то же время любая плохо выполненная технологическая операция в процессе изготовления продукции перечеркивает всю предшествующую качественную работу и т. д. Отсюда возникает, во-первых, необходимость охвата контролем и управлением всего процесса формирования качества продукции, во-вторых, необходимость дифференциации и распределения контроля по наиболее ответственным промежуточным звеньям этого процесса.

Качество продовольственных товаров в значительной степени зависит от качества технологии и оборудования, применяемых в отраслях пищевой промышленности, где заканчивается цикл производства продуктов питания.

В пищевой промышленности намечается проведение технического перевооружения производственных предприятий на основе использования современного оборудования большой единичной мощности, комплексной механизации и автоматизации предприятий, цехов и участков, применения счетно-вычислительной техники, а также широкого внедрения автоматизированных систем управления. Проведение указанных мероприятий и более широкое использование новых технологических процессов с применением прогрессивных методов обработки пищевых продуктов, обеспечивающих механизацию вспомогательного производства, позволят в кратчайший срок повысить производительность труда, увеличить выход полезного продукта и улучшить его качество, сохранить общую потребность в энергии, необходимой для технологической обработки сельскохозяйственного сырья и полуфабрикатов[3].

Научно-технический прогресс, в том числе и в отраслях пищевой промышленности, способствует увеличению выпуска новых видов изделий повышенной биологической ценности, обогащенных белками, витаминами и другими полезными компонентами, расширению ассортимента и улучшению качества товаров на основе комплексного использования традиционных и новых видов сырья, обуславливает прогрессивные структурные сдвиги в производстве и является исходным пунктом формирования и развития новых отраслей. Технический прогресс способствует усилению разработок и внедрению комплекса научно-технических мероприятий по улучшению использова-

ния природных и возвратных воды, обеспечению охраны окружающей среды, осуществлению комплекса мероприятий по совершенствованию управления качеством продукции, а также вовлечению в хозяйственный оборот труднодоступных районов страны, богатых природными ресурсами, но имеющих ограниченные возможности расширения индустриально развитого сельскохозяйственного производства.

На современном этапе развития производительных сил одним из основных направлений научно-технического прогресса является рост единичной мощности оборудования. Поэтому характерной особенностью развития пищевой промышленности является укрупнение единичных мощностей технологических линий, что связано с массовым характером производства, непрерывностью большинства технологических процессов и свойствами исходного сырья (полуфабрикатов). Современное индустриальное производство готовых продуктов питания создает необходимые предпосылки для более эффективного использования сельскохозяйственного и природного сырья, максимального извлечения из него полезных веществ, комплексного применения всех побочных продуктов и отходов производства.

Влияние комплексной механизации и автоматизации производства на качество пищевой продукции многопланово.

Во-первых, механизация и автоматизация позволяют вести процесс в закрытых аппаратах, исключают прикосновение рук человека к сырью, полуфабрикатам, материалам, готовой продукции и тем самым обеспечивают гигиеничность производства.

Во-вторых, механизация и автоматизация производства неразрывно связаны с совершенствованием технологии и в достаточной степени оказывают влияние на качество готовой продукции. Так, автоматическое дозирование обеспечивает точное весовое соотношение заданных компонентов, что непосредственно связано с качеством готовой продукции.

В-третьих, механизация и автоматизация процессов производства, а также упаковки, расфасовки, розлива и контроля резко повышают производительность труда, обеспечивают возможность увеличения выпуска и гарантируют потребителю получение доброкачественных изделий.

Разработка автоматизированных технологических процессов и методов обработки сырья, объединение отдельных производственных операций в единый производственно-технологический цикл (от загрузки сырья до выдачи готовой продукции), а также усложнение характера технологических операций потребовали в свою очередь разработки и внедрения новых методов регулирования технологических процессов, поддержания их стабильности, механизации погрузочно-разгрузочных, транспортных и складских работ.

Еще часто из-за низкой производительности технологического оборудования на крупных предприятиях вместо однолинейных технологических конструкций монтируется по несколько линий одинакового назначения, а это отрицательно сказывается на эффективности производства. Поставляемое предприятиям пищевой промышленности технологическое оборудование по своим характеристикам, а главным образом по производительности, подчас не удовлетворяет современным требованиям и в ряде случаев уступает аналогичному оборудованию, выпускаемому за рубежом.

Многие виды отечественного оборудования имеют недостатки в конструкции и дефекты при изготовлении, что снижает их фактическую производительность по сравнению с паспортной. Существенным недостатком выпускаемого оборудования является его некомплектность. В поставляемом оборудовании, как правило, не предусматривается механизация начальных и конечных операций, что влечет неоправданно большие затраты труда на этих операциях и снижает эффективность использования нового оборудования. Поставка такого оборудования вызывает также необходимость изготовления большого количества нестандартизированного оборудования для компоновки технологических линий, в то время как предприятия пищевой промышленности не располагают для этого необходимыми условиями (соответствующим парком металлорежущего оборудования, не получают по комплектации необходимых узлов и деталей). Отсюда затраты труда на изготовление такого оборудования в условиях неспециализированного производства очень велики, а качество его, как правило, низкое [3].

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

Заложенные в проекте (технической документации) требования к качеству продукции реализуются на стадии изготовления. Качество изготовления продукции, в частности продуктов питания, определяется нормативно-технической документацией, качеством сырья, полуфабрикатов, оборудования и средств технологического оснащения, уровнем механизации и автоматизации технологических процессов, качеством работы (включая труд изготовителей).

На стадии изготовления формируются не все свойства продукции. К свойствам, которые не зависят от технологического процесса изготовления, относят, например, совершенство формы и содержания изделия, степень использования в продукте различного рода добавок и заменителей и др.

Режим и сроки хранения оказывают большое влияние на качество продовольственных товаров.

Большие возможности в области хранения продуктов питания создаются благодаря широкому применению искусственного холода и новых методов (средств) хранения, которые позволяют, не ухудшая качества товаров, удлинять сроки их хранения и сократить потери.

Для правильного размещения и хранения продовольственных товаров необходимы разработка и внедрение соответствующей НД.

В процессе хранения продовольственных товаров происходит изменение их качества вследствие изменения физического состояния (температуры, влажности, формы) и в результате ряда сложных физико-химических, биохимических, химических и биологических процессов. Интенсивность протекания этих процессов зависит как от свойств продуктов (активные в молоке, мясе, овощах и неактивные в муке, крупе, сахаре), так и от условий хранения (температура и относительная влажность воздуха, свет, товарное соседство и др.).

В зависимости от условий хранения, а также от интенсивности протекающих процессов качество продовольственных товаров может изменяться как в положительную сторону (дозревание яблок, томатов, бананов, созревание муки, вина и сыров), так и в отрицательную (порча мясных и рыбных товаров, плодов и овощей, скисание молока и кисломолочных продуктов). Поэтому изучение протекающих в пищевых продуктах в период их хранения

различных процессов, а также разработка методов активного воздействия на качество и сохраняемость продуктов в нужном направлении остаются первостепенной задачей в комплексной системе управления качеством продовольственных товаров.

Качество продовольственных товаров в значительной степени зависит от качества технологии и оборудования, применяемых в отраслях пищевой промышленности, где заканчивается цикл производства продуктов питания.

1. Федотова О. Б., Шепелева Е. В. Повышение качества молочной продукции. // Молочная промышленность. № 2. 2004.

2. Крылова Г. Д. Основы стандартизации, метрологии и сертификации: учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

3. Нариньянс Г. Р., Катаргин И. Л., Федоров М. Д. Перспективные тенденции развития теплообменного оборудования. // Молочная промышленность. № 2. 2004.

УДК:339.18

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ХРАНЕНИЯ И УПАКОВКИ ПРОДУКЦИИ

К. С. КАКЕНОВ, Ж. Ж. ЖАР

*Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза*

Предотвращение потерь продовольственных продуктов от порчи различного происхождения, защита их от окисления, сохранение качества и товарного вида, а также обеспечение безопасности при хранении является одним из приоритетных направлений развития продовольственной промышленности Республики Казахстан на современном этапе. Важность данной проблемы закреплена Законом РК «О безопасности пищевой продукции».

С каждым днем требования к качеству продовольственных продуктов становятся все строже. Современный потребитель хочет, чтобы продукт дольше оставался свежим, был удобен при обработке, безопасен и оставался качественным на протяжении всего его срока годности, хранился долго без химических консервантов и, к тому же, имел экологически чистую упаковку. Выдвигаемые требования

© К. С. Какенов, Ж. Ж. Жар, 2013

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

потребителя к показателям качества и безопасности продуктов питания стали мощной движущей силой в разработке новых методов сохранения качества продукции, а также увеличения сроков годности продуктов без применения искусственных добавок и консервантов [1].

Методы, применяемые для решения этих задач, весьма разнообразны: от широкого спектра индивидуальных, физических, химических и биологических способов, а также средств ингибирования развития микробиологических и окислительных процессов, до целенаправленного использования комплекса факторов («Барьерные технологии»), способствующих повышению микробиологической стойкости продукта при максимальном сохранении его биологической ценности, качества и безопасности. При этом, как показывает анализ работ отечественных и зарубежных специалистов, одним из рациональных и перспективных способов сохранения качества пищевых продуктов в процессе хранения является их упаковка в присутствии модифицированных газовых сред (МГС).

Технология упаковывания продуктов в МГС позволяет увеличить сроки годности продукции, сократить или полностью исключить применение консервантов, минимизировать возврат просроченных продуктов, расширить географию продаж, увеличить ассортимент выпускаемой продукции, упаковывать продукты в привлекательную упаковку и т. д.

Газообразная смесь любого состава внутри упаковки приводит к резкому снижению скорости процесса “дыхания” продукта (газообмен с окружающей средой), замедлению роста микроорганизмов и подавлению процесса гниения, вызванного энзиматическими спорами, следствием чего является увеличение срока хранения продукта в несколько раз. Различают следующие способы упаковывания в газовой среде:

- в среде инертного газа (N_2 , CO_2 , Ar);
- в регулируемой газовой среде (РГС), когда состав газовой смеси должен изменяться только в заданных пределах, что требует значительных капиталовложений в оборудование и больших расходов на обеспечение оптимальных условий хранения продукции;
- в модифицированной газовой среде (МАР),

когда в начальный период в качестве окружающей среды используется обычный воздух, а затем в зависимости от природы хранящихся продуктов и физических условий окружающей среды, устанавливаются модифицированные условия хранения, но в довольно широких пределах по составу газа.

Основной составляющей технологии МАР является замещение воздуха в упаковке специальными смесями газов, выбранных для максимальной сохранности показателей качества и безопасности мясных продуктов, в зависимости от следующих факторов:

- тип и количество микроорганизмов;
- активность воды;
- кислотность;
- дыхание клеток;
- состав продукта;
- температура и особенности технологического процесса изготовления.

Исследования в данной области широко проводятся за рубежом, с учетом как специфики свойств отдельных видов газов, так и с ориентацией на особенности состава конкретных видов готовых мясопродуктов.

Несмотря на все положительные стороны, использование вакуумной упаковки так и не смогло решить ряд существенных проблем, которые были связаны с хранением скоропортящихся продуктов в безвоздушном пространстве. В результате вакуумирования происходит механическая деформация продукции и нарушение ее структуры, что приводит к выдавливанию влаги и сока из продукта. Принцип упаковывания продуктов в МГС заключается в замещении воздуха в упаковке смесью газов, подобранной определенным образом в зависимости от вида упаковываемого продукта.

Как правило, оборудование для упаковки в МГС состоит из 2 элементов, которые в совокупности обеспечивают модифицирование атмосферы внутри упаковки:

1. Вакуумная камера – для откачивания воздуха из упаковки;
2. Газовые элементы – для впрыскивания инертного газа в упаковку.

Основными газами, применяемыми для упаковки в МАР, являются кислород, углекислый газ и азот, соотношение которых, особенно O_2 , зависит от типа упаковываемого про-

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

дукта. Кислород является основным газом и его содержание для упаковывания различных продуктов может колебаться от 0 до 80 %.

Инертный газ азот используется как наполнитель газовой смеси внутри упаковки, так как он не изменяет цвета мяса и не подавляет рост микроорганизмов. Очевидно, его можно использовать взамен вакуумирования.

Углекислый газ подавляет рост бактерий, и при использовании его на ранних стадиях развития микроорганизмов срок хранения упаковываемого продукта может значительно увеличиться.

В качестве поглотителей используют вещества, абсорбирующие молекулы O_2 , CO_2 или этилена (гашеная известь, активированный древесный уголь, MgO – для поглощения CO_2 , порошкообразное железо – для поглощения O_2 , $KMnO_4$, порошок строительной глины, фенилметилсиликон – для поглощения этилена и др.). Подбирая состав и количество поглотителей, можно точно регулировать состав газовой среды, создавая лучшие условия внутри упаковки.

Этим целям служит и предварительная обработка продукта и его подбор. Закладываемые на длительное хранение продукты должны быть качественными, чистыми и хорошо подготовленными вплоть до индивидуальной упаковки или обработки химическим способом (напылением, окунанием). Для повышения срока хранения свежих пищевых продуктов используют еще одну прогрессивную технологию – облучение запечатанных упаковок потоком ионизирующих лучей.

Упаковывание в MAP производится на автоматических упаковочных линиях, работающих по схеме: изготовление – заполнение – запечатывание. Линии имеют несколько рабочих узлов: нагрев полотна упаковочного материала, термоформование упаковки, заполнение полостей упаковки продуктом, вакуумирование упаковки, заполнение свободного объема МГС, запечатывание упаковки. Машина обеспечивается системой подачи МГС [2].

Применение термоусадочной пленки упрощает процесс упаковывания в МГС, так как исключает приготовление пакетов и лотков заранее. Усаживаемая при нагреве пленка обладает высокой кислородонепроницаемостью даже в атмосфере с повышенным содержанием O_2 (до 70–80%) и высокой ароматонепро-

ницаемостью, хорошо сохраняет первичный цвет свежего мяса и витамин С в сухих концентратах фруктовых соков.

Этот способ упаковывания стал одним из основных, так как охватывает большой ассортимент продуктов, эффективен и экономичен в ряде случаев, позволяет создавать МГС внутри индивидуальной упаковки с различными порционными блюдами, транспортной тары и целых хранилищ, значительно повышая срок хранения продуктов. Основной проблемой массового распространения упаковок в МГС является невозможность изменения размера упаковки без изменения при этом общего бактериостатического действия углекислого газа и, соответственно, без повышения срока хранения упакованного пищевого продукта. Для решения этой проблемы в Италии был запатентован двухстадийный процесс хранения продуктов, основанный на использовании известного количества газообразного и твердого CO_2 .

Принцип упаковывания по этому способу, названный "двухфазным", состоит в том, что в упаковку с МГС дополнительно вкладывается некоторое количество "сухого льда", достаточное для насыщения продукта и установления равновесного состояния между содержимым упаковки и газовой средой внутри нее, при этом избыточное давление уравнивается растворенной фазой.

Условно проект внедрения технологии МГС можно разделить на две составные части. Первая включает начальные и операционные материальные, трудовые и временные затраты на выбор и покупку оборудования, упаковочных материалов и смеси пищевых газов. Вторая часть – это постоянный контроль надлежащей работы упаковочной линии. И хотя на начальном этапе проекта о способах и механизмах будущего контроля задумываются редко, организации этой части необходимо уделить внимание заранее, а не когда возникнут ситуации, влекущие остановку производства и дополнительные издержки.

При внедрении технологий необходимы комплексный подход и понимание всех тонкостей технологических процессов. Например, в ходе эксплуатации оборудования часто возникают проблемы, связанные с использованием некачественных уплотнительных материалов, нестабильной работой вакуумной машины, пло-

хой запайкой упаковочной пленки. Для своевременного выявления этих проблем необходимо использовать газоанализатор, который позволит контролировать работу оборудования. Часто причиной срыва технологических процессов является человеческий фактор. Чтобы свести к минимуму вероятности появления вышеназванных проблем необходимо работать с проверенными поставщиками оборудования и промышленных газов [3].

Таким образом, использование МГС способствует увеличению безопасности продуктов благодаря ограничению развития микроорганизмов, сохранению питательных свойств путем предотвращения окисления жиров, биологически активных соединений, витаминов, затормаживанию развития нежелательных физико-химических процессов; значительному продлению периода стабильности продукта без использования консервантов.

1. Закон Республики Казахстан «О безопасности пищевой продукции» № 301-III от 21.07.2007.

2. Фильчакова Н. Н. Биотехнология и безопасность пищевых продуктов. М.: МГТУ им Н. Э. Баумана, 2002

3. Морозов А. Упаковка продуктов питания: новое решение от Multivac // Твердые пищевые продукты и их упаковка, 2004. С. 35-37.

УДК:339.54364

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОДТВЕРЖДЕНИЯ СООТВЕТСТВИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН В УСЛОВИЯХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

Г. А. ЕСЕНБАЕВА, М. А. МУХИЯДИНОВА

*Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза*

С 1 января 2010 года начал функционировать Таможенный союз (ТС), сформированный Республикой Казахстан, Республикой Беларусь и Российской Федерацией.

Таможенный союз представляет собой зону свободной торговли плюс единую внешнеторговую политику по отношению к третьим странам. В свою очередь, единая внешнеторговая политика включает в себя применение единого таможенного тарифа и единых нетарифных мер (таких как лицензирование, квотирование и др. формы разрешительных мер) по отношению к импорту из третьих стран.

Создание единого обширного рынка (около 180 млн потребителей) предполагает, что страны-члены Таможенного союза согласны отменить всякого рода барьеры, унифицировать правила, сблизить законодательства, а также принять необходимые сопутствующие меры, направленные на расширение сотрудничества [1].

В соответствии с основными направлениями согласованной политики в области технического регулирования в Республике Беларусь, Республике Казахстан и Российской Федерации разработана Стратегия развития единой системы технического регулирования, применения санитарных, ветеринарных и фитосанитарных мер Таможенного союза на 2011 – 2015 годы. Стратегия направлена на обозначение плана действий стран ТС по созданию условий для обращения продукции на территории Единого экономического пространства и в дальнейшем – вступление во Всемирную торговую организацию и является логическим продолжением проводимой политики по устойчивому и сбалансированному росту экономик

© Г. А. Есенбаева, М. А. Мухиядинова, 2013

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

через повышение конкурентоспособности своей продукции [2].

Фундаментом создания и функционирования единого рынка Таможенного союза является свободное перемещение товаров. Наличие в международной торговле технических барьеров создает препятствия как для выхода продукции Таможенного союза на внешние рынки, так и для доступа отечественных потребителей к зарубежным продуктам.

Механизмы ликвидации технических барьеров в торговле базируются на взаимном признании результатов оценки соответствия, что в свою очередь может быть обеспечено только в результате технической гармонизации [3, с.48].

Такая гармонизация достигается наличием современной системы технического регулирования, соответствующей общепризнанным международным нормам и правилам ВТО и международных организаций по стандартизации (ISO, IEC и т.д.). Основными составляющими системы технического регулирования является стандартизация, подтверждение соответствия, метрология, аккредитация органов по подтверждению соответствия [2].

В целях создания благоприятных условий для свободного обращения безопасных товаров и существенного ограничения административного вмешательства в размещение товаров на рынке необходимо сформировать единые подходы при проведении подтверждения соответствия продукции.

Для этого странам-членам Таможенного союза важно сосредоточить усилия для обеспечения эквивалентности действующих систем подтверждения соответствия путем выработки общих принципов, критериев и требований. Одновременно с этим создать предпосылки перехода на модульный подход, который обеспечит применение модулей для различных стадий процедур оценки соответствия, установление единых критериев их использования и назначения нотифицированных органов по подтверждению соответствия.

Данный подход позволяет формировать множество сочетаний модулей и таким образом увеличить количество схем подтверждения соответствия, из которых можно выбрать схему, адекватную уровню возможного риска причинения вреда конкретной продукцией.

Осознавая задачу обеспечения предпринимательства свободой действий, необходимо сократить операционные издержки бизнеса, связанные с сертификацией продукции путем полномасштабного развития декларирования.

Следующим важным аспектом, связанным с успешным завершением процесса интеграции стран ТС в международную экономическую коалицию должна стать аккредитация, как мощный и признанный инструмент контроля безопасности и качества продукции и одновременно с этим структура, которая снизит издержки внутреннего оборота товаров в рамках Таможенного союза, а также экспорта за его пределы.

Для этого необходимо последовательно провести реструктуризацию всех элементов системы аккредитации с переосмыслением их целей, задач, методов и требуемых результатов, при этом создав предпосылки образования регионального механизма участия в мировых процессах по вопросам оценки соответствия [4].

В результате тесного взаимодействия стран-членов ТС Комиссия Таможенного союза приняла следующие немаловажные решения:

- 1) приняты первые единые регламенты для трех стран;
- 2) утвержден единый перечень продукции, подлежащей обязательному подтверждению соответствия. В него включена 61 позиция (группы однородной продукции);
- 3) утверждено изображение и положение о применении единого знака обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза – знака евразийского соответствия.

Эти факты сами по себе очень значимы, так как началась практическая реализация подписанного 18 ноября 2010 года «Соглашения о единых принципах и правилах технического регулирования в Республике Беларусь, Республике Казахстан и Российской Федерации». Указанное Соглашение направлено на формирование единого технического регулирования без возможности применения дополнительных требований к продукции и процедурам оценки ее соответствия на национальном уровне.

Решением комиссии Таможенного союза № 711 от 15 июля 2011 года утвержден знак обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза.

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

Форма и изображение единого знака установлены Решением Комиссии ТС от 15 июля № 711. Изображение знака представляет собой сочетание трех стилизованных букв: «Е», «А», «С», графически исполненных с применением прямых углов, имеет одинаковую высоту и ширину, составляет точные пропорции квадрата на светлом или контрастном фоне. ЕАС расшифровывается как «Евразийское соответствие» (Eurasian Conformity).

Указанным знаком маркируется продукция, прошедшая процедуры подтверждения соответствия техническим регламентам Таможенного союза и выпущенная в соответствии с установленными процедурами в обращение на рынке Таможенного союза.

Целью создания гармоничного сообщества, а в будущем – зоны свободной торговли и продвинутых форм экономической интеграции, является формирование единого рынка со странами Европейского Союза. Реализация этой цели, в том числе, требует проведения необходимого сравнения знаков ЕАС и СЕ.

Если проводить сравнение знаков ЕАС и СЕ, то наиболее точным, с математической точки зрения, будет достижение соотносимости этих знаков.

С учетом стратегической цели формирования единого рынка со странами Европейского союза можно выразить стратегическую цель формируемой системы технического регулирования Таможенного союза как достижение соотносимости знаков ЕАС и СЕ. Одновременно следует сформулировать и другую стратегическую цель – это расширение зоны действия знака ЕАС на территории постсоветского пространства [5].

Применительно к процедурам обязательно подтверждения соответствия указанное Соглашение вводит такие понятия, как «декларация соответствия техническим регламентам Таможенного союза», «единый знак обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза». К сожалению, в Соглашении не разделены четко понятия «подтверждение соответствия» и «оценка (подтверждение) соответствия», что создает определенные трудности на практике. Следует отметить, что проект Соглашения в этом отношении был более четким. Понятие «оценка соответствия» в нем обобщало различные формы, такие как

подтверждение соответствия, регистрация, аккредитация и др.; в то же время понятие «оценка (подтверждение) соответствия» рассматривалось только в смысле подтверждения соответствия (сертификация и декларирование соответствия).

Соглашение устанавливает, что подтверждение соответствия продукции, определяемое в технических регламентах ТС, может проводиться в форме декларирования соответствия и сертификации. Процедуры подтверждения соответствия устанавливаются в технических регламентах ТС на основе типовых схем подтверждения соответствия. В настоящее время типовые схемы подтверждения соответствия установлены в документе, который утвержден решением Комиссии ТС от 26 апреля 2011 г.

В соглашении определено, что при декларировании соответствия заявителем может быть зарегистрированное в соответствии с законодательством стороны на ее территории юридическое лицо или физическое лицо в качестве индивидуального предпринимателя, либо являющееся изготовителем или продавцом, либо выполняющее функции иностранного изготовителя. Тем самым формируется круг заявителей при декларировании соответствия. При сертификации никакие ограничения на заявителей Соглашением не накладываются. Эти ограничения могут быть введены соответствующими техническими регламентами ТС.

Продукция, соответствующая требованиям вступивших в силу технических регламентов ТС, прошедшая установленные техническими регламентами ТС процедуры подтверждения соответствия, маркируется единым знаком обращения продукции на рынке государств-членов ТС [5].

Работы по подтверждению соответствия осуществляют аккредитованные органы по сертификации и испытательные лаборатории (центры), включенные в Единый реестр органов по сертификации и испытательных лабораторий (центров) ТС. Для того чтобы обеспечить свободное обращение продукции на единой таможенной территории ТС без проведения дополнительных процедур подтверждения соответствия, Соглашение подтверждает соответствие действия Соглашения о взаимном признании аккредитации органов по сертификации (оценке (подтверждению) соответ-

ствия) и испытательных лабораторий (центров) ТС от 11 декабря 2009 г.

В целом можно сделать вывод, что «Соглашение о единых принципах и правилах технического регулирования в Республике Беларусь, Республике Казахстан и Российской Федерации» является важным международным документом, обеспечивающим интеграционные процессы на постсоветском пространстве. Вместе с рядом других соглашений, таких как соглашения по экстренным мерам, по признанию результатов аккредитации органов по сертификации и испытательных лабораторий (центров), по общей безопасности и др., оно формирует систему технического регулирования в Таможенном союзе.

1. Программа по техническому регулированию и созданию инфраструктуры качества в Республике Казахстан на 2010 – 2014 годы, утвержденная постановлением Правительства РК от 22 октября 2010 года № 1100. Астана, 2010.

2. Стратегия развития единой системы технического регулирования, применения санитарных и фитосанитарных мер Таможенного союза на 2011 – 2015 годы

3. Аскарлов Е.С. Стандартизация, метрология и сертификация: учебное пособие. Алматы: Экономика, 2011. 321 с.

4. Саламатов В. Таможенный союз – новые возможности интеграции и внедрения инновационных решений - 2011. [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: www.minpromtorg.gov.ru/industry/metrology/88

5. Аронов И. Анализ соглашения о единых принципах и правилах технического регулирования в Таможенном союзе // Стандарты и качество. 2012. № 3. С.16-20

УДК: 346.544.42 658.62

ВЛИЯНИЕ ГЕННОЙ ИНЖЕНЕРИИ НА БЕЗОПАСНОСТЬ ТОВАРОВ

А. Б. АХМЕТОВА

*Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза*

ГМО (генетические модифицированные организмы) – в настоящее время, наверно, каждый из нас прекрасно знает сочетания этих трех букв, а все благодаря такой науке как генная инженерия. Благодаря этому мы получили невероятное количество сортов и новых видов растений, которые по своим качествам намного превосходят своих аналогов, выведенных естественным путем или методом селекционирования. Но, к сожалению, знания, о наследственном веществе, ДНК, очень неполны. Известно о функции лишь трёх процентов ДНК. Рискованно манипулировать сложными системами, знания о которых неполны. Генная инженерия в корне отличается от способов выведения новых сортов и пород. Искусственное добавление чужеродных генов сильно нарушает точно отрегулированный генетический контроль нормальной клетки. В настоящее время генная инженерия технически несовершенна, так как она не в состоянии управлять процессом встраивания нового гена. В результате искусственного добавления чужеродного гена непредвиденно могут образоваться опасные вещества. В худшем случае это могут быть токсические вещества, аллергены или другие вредные для здоровья вещества. На наш взгляд, это составляет огромную проблему: покупая на вид очень качественную продукцию, мы подвергаем себя, а возможно, и наше будущее поколение наивысшему риску. Не существует совершенно надёжных методов проверки на безвредность. Более 10 % серьёзных побочных эффектов новых лекарств невозможно выявить, несмотря на тщательно проводимые исследования на безвредность. Степень риска того, что опасные свойства новых, модифицированных с помощью генной инженерии продуктов питания, останутся незамеченными, вероятно, значительно больше,

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

чем в случае лекарств. Весь цивилизованный мир еще не решил вредно или нет. Поэтому применяют формулировку “потенциально опасно” [1].

Что касается Казахстана, контроль продукции с применением ГМО очень слаб. Покупая те же яблоки в магазинах, мы не знаем, какие они - естественной «породы» или выращены при помощи лаборатории. Причем это касается не только импортной продукции. Покупая семена, отечественные фермеры также не имеют информации, естественный ли это продукт или генно-модифицированный. Хотя продукты с содержанием ГМО в Казахстане должны маркироваться, но речь идет об определенных объемах. Например, если в продукте содержится менее одного процента ГМО, то его можно не маркировать, то есть мы не получаем достоверную информацию о продукте. В мировой практике промышленно используют 142 линии ГМР, у каждого есть своя маркировка, где говорится о гене, использованном для трансформации, и разъяснением, как они действуют. Например, в России 17 видов маркировки ГМО разрешены к обороту, а в Казахстане ни одного. Это говорит о том, что у нас в стране нет регулирования. Есть основные механизмы, но нет самой процедуры, контроля.

Проблема изучения ГМО и проведение испытаний каждого вновь выведенного сорта должны стать первоочередными. Это подтверждается проведенными исследованиями, с некоторыми, из которых мы ознакомимся: Организация Earth Open Source, которая опубликовавшая отчет «Истина и мифы о ГМО» 17 июня 2012 года, сообщила, что этим отчетом она хотела завершить возникшее противостояние вследствие перекошенного представления о ГМО как “размолвку между эмоциональными и неосведомленными активистами с одной стороны и рациональными учеными, поддерживающими ГМО, с другой” [2].

Исследователи от организации Earth Open Source сообщают, что их отчет освещает более детально возникшую проблему. Один из авторов отчета, доктор Майкл Антонайоу из Королевского колледжа Лондонской медицинской школы, приветствует использование генной инженерии в медицинских целях, но выступает против ее использования на зерновых

культурах, используемых в качестве пищи для людей и кормов для животных. Доктор Антонайоу сообщил: “Зерновые культуры с измененной ДНК получены для таких честолюбивых идей, как: безопасность еды, экологическая выгода, увеличение урожаев, уменьшение использования пестицидов и как способ борьбы с мировым голодом. Я чувствовал, что это необходимо, поэтому и исследовал факты применения этой технологии с научной точки зрения”.

Суть исследования: как предполагалось, глифосат является «активным ингредиентом» Раундапа, наиболее широко используемого гербицида в мире, и он присутствует в большей части гербицидов группы Roundup. Он был протестирован на безопасность на млекопитающих в целях оценки степени риска. Но состав этих коммерческих пестицидов (поскольку они продаются и используются, содержат добавки-адьюванты) относят к категории конфиденциальной и описывают как «инертные». Тем не менее, они помогают стабилизировать химический состав глифосата и помогают ему проникнуть в растения, в роле агрессивных моющих средств. Созданные гербициды (в том числе Roundup) могут влиять на все живые клетки, особенно клетки человека. Эта опасность опускается при проведении долгосрочных исследований, поскольку глифосат и Roundup удовлетворяют регулирующие органы, так же как и промышленность. Предполагаемое отсутствие токсичности глифосата служит основой для коммерческой реализации Roundup. Здравоохранительные и природоохранные организации, компании по производству пестицидов оценивали долгосрочное воздействие на млекопитающих только одного компонента — глифосата, а не всего гербицида. Детали этой оценки ревниво относят к конфиденциальной и их охраняют такие компании, как Monsanto, здравоохранительные и природоохранные организации [3].

Выводы и последствия. Это исследование говорит о том, что все проверенные гербициды из группы глифосата более токсичные, чем сам один глифосат, и объясняет почему. Таким образом, их нормативная оценка и максимально допустимые уровни остатков, разрешенные в продуктах питания, кормах и окружающей среде являются ошибочными. Жидкость (например, водопроводная вода, загрязненная остатками Roundup) или пища,

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

приготовленная из ГМО, устойчивых к гербициду Roundup (например: трансгенная соя или кукуруза) уже продемонстрировали в недавнем исследовании, проведенном командой профессора Сералини, что они токсичны (2). Исследователи также опубликовали свои ответы критикам этого исследования (3). Это новое исследование объясняет и подтверждает научные результаты исследования, проведенного Сералини над крысами. В целом это повод чтобы задуматься о здоровье населения. Во-первых, разрешение на гербициды из группы Раундап должно быть срочно подвергнуто сомнению. Во-вторых, действующие правила оценки степени риска должны быть полностью пересмотрены. Они должны быть проанализированы научным сообществом.

Как правило, агентства, которые подают свои заключения государственным органам совместно с компаниями, производящими пестициды, имеют решающий вес в принятии решений относительно безопасности продукции. Мнение агентств ошибочны, потому что они приняты на основе льготных оценок, и большая часть промышленников хранит эти данные в тайне, это означает, что полная и прозрачная оценка не может быть выполнена. Поэтому эти оценки являются ни нейтральными, ни независимым. В качестве первого шага они должны обнародовать в Интернете все данные, которые подтверждают обоснованное решение о коммерческой реализации и использовании Roundup и аналогичных продуктов. Их токсикологические исследования должны быть публично обнародованы [4].

Адьюванты из семейства POE-15 (гидрофильный полиоксиэтилен) в настоящее время показали, насколько они могут быть токсичными для клеток человека, и поэтому должны подпадать под регулирование. Гербициды в их полном составе должны пройти долгосрочные исследования на токсичность и результаты учитываться при нормативной оценке. Процесс, регулирующий принятие решения по использованию пестицидов в окружающей среде и продаже в магазинах, должен быть срочно пересмотрен. Кроме того, поскольку скрываемые адьюванты в пестицидах токсичны, в соответствии с этими открытиями, необходимо пересмотреть допустимый уровень токсичности при использовании этих гербицидов в сельском хозяйстве, поскольку эти показатели были изначально искусственно занижены.

Данное исследование было проведено в университете Канн при поддержке CRIIGEN при Европейской сети ученых за социальную и экологическую ответственность (англ. European Network of Scientists for Social and Environmental Responsibility - ENSSER): “Проведенные исследования показывают, что генетически модифицированные зерновые культуры оказывают неблагоприятное воздействие на животных, которых кормили в лабораторных условиях, и на окружающую среду во время выращивания этих трансгенных культур. Они поспособствовали увеличению объемов использования пестицидов и были не в состоянии увеличить урожай. Наш доклад заканчивается итогом, что в мире есть более безопасные и более эффективные варианты продовольственных продуктов и кормов, предназначенных для удовлетворения потребностей человека и животных”. Сложившуюся ситуацию хорошо понимают в Казахстане и сейчас ведутся работы по доработке законодательной базы по контролю ГМО. Были выделены средства и этой проблемой занимались Министерство науки и Национальный центр биотехнологий. Под такими научными исследованиями нет самого главного - утвержденных стандартных процедур, то есть стандартов Казахстана, еще нет. Во-вторых, у нас еще нет аккредитованных лабораторий, в которых бы проводились исследования ГМО. Эти проблемы решаемы, и создание законодательной базы, которая бы помогло бы не только нашему государству в проверке безопасности ГМО, но и всему миру [5].

1. <http://www.mz.gov.kz>

2. Меснэдж Р., Бернэ Б., Сералини Ж. Оксизэтиленные адьюванты гербицидов из группы глифосат — активные источники токсичности для клеток человека. Токсикология - Э. (2013, в прессе).

3. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tox.2012.09.006>

4. http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31130337

5. Сералини Ж. и др. Долгосрочная токсичность гербицида Раундап и генетически модифицированной кукурузы устойчивой к Roundup. Токсикология пищевых продуктов и химических веществ». 50 (11): 4221–4231. 2012.

6. <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P100001012>

7. Сералини Ж. и др. Ответы критикам: почему существует продолжительная токсичность из-за генетически модифицированной кукурузы NK603 устойчивой к гербициду Раундап. Токсикология пищевых продуктов и химических веществ. 2013.

8. <http://www.bnews.kz/ru/news>

РОЛЬ МОДУЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Г. А. ЕСЕНБАЕВА, К. С. КАКЕНОВ

*Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза*

Важнейшей задачей, стоящей перед системой высшего образования Республики Казахстан в контексте реализации принципов Болонского процесса, является внедрение модульной системы обучения. Модульная система построения учебного процесса в университете не тождественна форме учебного плана: она является скорее формой организации содержания и практик в обучении, а также способом формирования необходимых выпускнику профессиональных и социальных компетенций.

Изучение опыта европейских вузов показывает, что в наиболее общем виде алгоритм формирования образовательной программы может быть представлен следующим образом:

1. Определение потребностей.
2. Описание академических и профессиональных профилей.
3. Идентификация результатов обучения.
4. Выявление общих и профессиональных компетенций.
5. Разработка модулей, организационных форм, оценочного инструментария.
6. Выработка процедур и способов обеспечения качества образования (непрерывное наблюдение, оценивание, корректировка).
7. Составление целевых модулей (учет предварительных знаний и навыков, планирование компетенций, соотнесение с уровнем подготовки – квалификационные рамки, формы контроля, методы преподавания и обучения, образовательная среда, трудозатраты студентов).

Суть модульной подготовки специалистов заключается в укрупнении дидактических единиц, позволяющих организовать систему оценки достижения обучающимися планируемых

результатов обучения, формировать индивидуальную траекторию обучения и обеспечить дальнейшее самообразование человека на протяжении всей жизни. Основу профессиональной образовательной программы составляет совокупность модулей как замкнутых учебных единиц.

Цель модульного построения образовательного процесса состоит прежде всего в том, чтобы четко обозначить цели обучения и цели преподавания по каждому отдельному модулю.

В зависимости от основания классификации модули могут подразделяться на различные типы.

1) в зависимости от ориентации: модули «входа» (касающиеся содержания отдельных дисциплин и определенных временных рамок) и модули «выхода» (позволяющие приобрести определенные компетенции и квалификационные навыки);

2) в зависимости от роли в образовательном процессе: модули обязательные, факультативные, базовые и дополнительные;

3) в зависимости от трудоемкости: модули большой (8–12 кредитов), средней (4–8 кредитов) и малой трудоемкости;

4) в зависимости от важности и обязательности: основные – формирующие профессиональные компетенции, обязательны для всех, примерно соответствуют содержанию государственного и вузовского компонентов образовательного стандарта; поддерживающие – поддерживают изучение основных модулей, к ним относятся курсы по выбору, дисциплины специализации; специализированные – отвечающие конкретным научным интересам студента, формируются из спецсеминаров; переносимые модули включают в себя все виды практик (курсовые и магистерские работы, стажировки, научно-педагогическую производственную практику и т. д.).

5) в зависимости от требований к содержанию образования: базовые модули (служат для передачи базовых знаний на начальной фазе подготовки бакалавров); углубленные модули (изучаются во второй половине подготовки бакалавров, по содержанию более продвинуты и обширны).

Применение модулей предоставляет следующие возможности [1].

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

В области содержания образования:

- последовательно формировать содержание, исходя из квалификационных целей, оптимизировать его (ограничиться наиболее важным с точки зрения заявленных целей), переходить от учебной дисциплины к модулю, что приводит к основательному переструктурированию содержания;
- уточнять место и роль отдельных учебных занятий;
- обеспечивать равновесие между желательными размерами (объемами) компонентов образовательной программы и мобильностью обучающихся;
- удовлетворять запросам междисциплинарности, укреплять междисциплинарность и/или трансдисциплинарность содержания образовательной программы;
- интегрировать занятия за рамками отдельной конкретной учебной дисциплины;
- применять модульные технологии при реализации концепции «образование в течение всей жизни»;
- развивать обучающихся системное мышление (в отличие от его дисциплинарного построения);
- соединять компетенции, относящиеся к различным сферам.

В области оценивания:

- осуществлять раннюю диагностику «пробелов» и непрерывное оценивание, что ведет к совершенствованию управления процессом освоения знаний и компетенций (помодульный контроль); это в свою очередь поможет разгрузить заключительные экзамены;
- ориентировать экзаменационные требования на модуль, а не на конкретный учебный предмет;
- обеспечивать оценку полученных (достигнутых) результатов обучения.

В области индивидуализации образовательных программ и образовательных траекторий:

- обеспечивать большую открытость и гибкость образовательных траекторий, вводить свободное посещение занятий;
- создавать «переходы» между изолированными до сих пор образовательными маршрутами, между различными курсами подготовки и типами (видами) вузов;
- формировать новый образовательный ре-

курс в рамках индивидуализированной образовательной программы;

- заменять жесткие образовательные программы более динамичными учебными модулями;
- предоставлять студентам возможность более быстрого завершения обучения;
- усиливать мотивацию обучающихся выдерживать регламентированные сроки реализации образовательных программ;
- обеспечивать прозрачность в организации индивидуального обучения;
- упрощать и ускорять признание результатов учебного процесса другими вузами при смене места обучения или обучении за рубежом;
- поддерживать национальную и международную мобильность.

Содержание модулей разрабатывает преподаватель или группа преподавателей. Спецификация модуля разрабатывается в соответствии с целями обучения и включает шаги действия, компетенции, ресурсы [2].

Элементами описания модуля выступают:

- содержание и квалификационные цели (целевые группы и обоснованные цели);
- цели отдельных элементов (занятий);
- формы обучения;
- условия участия;
- условия получения кредитов (зачетных единиц);
- курсы обучения, когда используется модуль;
- трудозатраты студента;
- численность студентов;
- зачетные единицы и оценки, формы и объем экзаменов;
- частота предложения модуля (цикл предложения);
- продолжительность модуля.

Суть в том, что дисциплины изучаются не отдельно друг от друга, а включены в один модуль, интегрированы, что позволяет на практике осуществлять междисциплинарный подход, сочетать дисциплины теоретической и практической направленности, общие и специальные [3].

На наш взгляд, наиболее оправданным подходом к построению модулей является объединение дисциплин, близких друг к другу тематически. Например, при подготовке бака-

Секция 3. Актуальные проблемы обеспечения качества товаров и услуг

лавров по специальности «Технология продовольственных продуктов» в блоке базовых обязательных модулей можно выделить модуль «Химия», включающий дисциплины «Неорганическая химия», «Органическая химия», «Аналитическая химия», «Физическая и коллоидная химия». Как показывает практика зарубежных вузов, допустимо выделение в качестве модуля одной дисциплины (например, модуль «Математика» трудоемкостью 6 кредитов включает «Математику. Часть 1» (3 кредита) и «Математику. Часть 2» (3 кредита)).

Кафедрой товароведения и сертификации Карагандинского экономического университета была разработана модульная образовательная программа по специальности 5В073200 «Стандартизация, сертификация и метрология» Разработанная кафедрой товароведения и сертификации образовательная программа имеет следующую структуру (таблица 1)

Таблица 1

Структура модульной образовательной программы специальности 5В073200 Стандартизация, сертификация и метрология

| Модули | Компетенции | Дисциплины |
|---|---|--|
| Общеобразовательные обязательные модули | Общие межличностные, общие инструментальные | Обязательный компонент цикла ООД |
| Модули базовых дисциплин | Общие инструментальные, общие системные | Обязательный компонент цикла БД |
| | | Компонент по выбору цикла БД |
| Модули профилирующих дисциплин | Предметно-специфические | Обязательный компонент цикла ПД |
| | | Компонент по выбору цикла ПД |
| Дополнительные модули | специальные | Обязательный компонент все виды практики |
| | Любые | Дисциплины по выбору |

В формировании модульной образовательной программы принимали участие эксперты и ведущие специалисты в области стандартизации, сертификации и метрологии, в том числе Комитета технического регулирования и метрологии Министерства индустрии и новых технологий, Казахстанского института стандартизации и Казахстанского института метрологии, а также ведущие специалисты Карагандинского и Астанинского филиалов АО «Национальный центр экспертизы и сертификации», АО «Евразиян Фудс», ТОО «Корпора-

ция Караганды-Нан», «Нтиже» Ст Фабрика-сы», «Столичный центр качества и метрологии», «Тех-Альянс», «Интерсертификация – ЦентрАзия», «ПромСервисВосток», «Мерей», которые также внесли свои предложения и отзывы на программы и каталоги элективных дисциплин. Среди элективных дисциплин, разработанных по рекомендации работодателей, можно назвать такие, как: «Аккредитация органов подтверждения соответствия и испытательных центров», «Технология разработки нормативных стандартов и нормативных документов», «Экономика менеджмента качества», «Безопасность сырья и пищевых продуктов», «Экспертиза качества товаров», «Проектирование предприятий отрасли», «Технология обслуживания и сервис».

Модульный подход в обучении позволяет систематизировать и структурировать, а также рационально уплотнить содержательную часть учебного процесса в необходимых пределах. Модули состоят не только из занятий, которые необходимо посещать, но и включают учебные результаты, которые должны быть достигнуты и продемонстрированы студентами. Модули могут объединять занятия разных форм (лекции, семинары, самостоятельная работа, проекты и т. д.).

Таким образом, модульные образовательные программы, ориентированные на формирование компетенций, имеют определенные преимущества, так как обеспечивают их гибкость, соответствие содержания профессиональной подготовки специалистов требованиям рынка труда, создают возможность для организации индивидуальных и групповых форм работы студентов, оптимизируют процесс обучения, а в целом – способствуют повышению качества образования.

1. Байденко В. И. Болонский процесс: проблемы, опыт, решения. М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2006. -111 с.

2. Мэнсфильд Б., Андерсен Л. Г. Стандарты, основанные на компетенциях, обучение и образование. Алматы, 2003. 73 с.

3. Сеитов Б., Асанов Н. Разработка модульных программ дисциплин как новые технологии образовательного процесса // Образование. 2006. №6. С. 96 – 99.

СЕКЦИЯ 4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СФЕРЕ СЕРВИСА

УДК 303.732.4

КОНЦЕПЦИЯ СИСТЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ НЕРУТИННОГО МЫШЛЕНИЯ: ПРОЕКТ «ЭФФЕКТИВНЫЙ УРОК-2013»

А. А. ФИЛИМОНОВ*, В. А. ФИЛИМОНОВ**

*Омский государственный педагогический
университет

** Омский филиал ФГБУН института
математики им. С. Л. Соболева СО РАН

1. Постановка задачи и концепция решения

Основной задачей проекта является создание прототипа системы эффективного формирования навыков нерутинного аналитического мышления школьников в рамках классно-урочной системы. Задача последующих этапов – развитие и организация стабильного функционирования системы. Проблема заключается в отсутствии систематической полноценной базы учебных материалов в существующей практике обучения для развития указанных навыков мышления детей. Использование материала учебника ограничивается только элементами анализа в простых ситуациях.

Решение проблемы состоит в изменении системы учебных заданий и подходов к работе с учебными материалами путем технологически обеспеченного анализа образовательных ресурсов урока и проектирования элементов обучения (преимущественно нестандартных учебных заданий), ориентированных на развитие форматов (способов, механизмов) аналитического мышления учащихся в соответствии с ситуацией, потенциальными возможностями, интересами, потребностями каждого ребенка [1, 2]. Система обучения направлена на формирование высокого уровня нерутинного аналитического мышления учащихся

(анализ, синтез, дедукция, индукция, абдукция, аналогия, противоречия) путем создания образовательной среды урока, сочетающей академические знания и практику нерутинного мышления по поводу этих знаний.

Особенность решения состоит в том, что изменение затрагивают малую часть урока, а именно ту, в которой происходит работа с примерами по изучаемым дисциплинам.

По окончании проекта предполагается иметь эффективно действующую модель организации обучения, направленную на развитие нерутинных аналитических навыков мышления всех школьников.

2. Детализация проекта.

Прделаем мысленный эксперимент: предположим, что имеется готовое учебное пособие с необходимыми примерами, которое можно просто раздать учителям и школьникам. Предположение приводит к выводу о том, что сложится ситуация «получить изменения, ничего не изменяя».

При применении принципов ТРИЗ, получается, что требуемая система должна сформироваться сама собой. Анализ ситуации, в том числе доступных ресурсов, приводит к следующим заключениям:

- имеет место наличие одной из «чёрных дыр» образования, а именно той, из-за которой формирование нерутинного мышления не является приоритетом школьной программы;
- учебный материал нуждается в «упаковке» в соответствии с технологией «царского пути» – радикального улучшения его восприятия школьниками;
- одним из основных инструментов реализации проекта является рефлексивное управление.

Первое заключение подталкивает к мысли о необходимости создания условий повышения приоритетности проекта, и, в частности, создание условий для участия школьников во внешних мероприятиях. Одним из таких мероприятий может быть участие в Ежегодном межрегиональном Интернет-конкурсе “ТРИЗ-

Секция 4. Информационные технологии в легкой промышленности и сфере сервиса

формашка” для школьников I–XI классов и студентов I курсов.

Второе заключение предполагает использование базового инструмента освоения различных форматов мышления – схематизации. Пример схематизации логических операций приведён в *Таблице 1*.

Одним из перспективных способов освоения логики является подход В. И. Лобанова [3], основанный на логике П. С. Порецкого [4]. Процитируем П. С. Порецкого «... её (математической логики) выкладки, каждый отдельный акт которых вполне нагляден и понятен логически, могут быть рассматриваемы как действительное разоблачение тайны некоторых мыслительных процессов во всей их постепенности и обстоятельности, т. е. означают как бы введение нас в самую лабораторию человеческого ума» [4, с. 28]

Определение «универсума» – конкретной области, в которой производится построение логических высказываний – является хорошей тренировкой логического мышления. Умение строить и корректировать универсум, адекватный решаемой задаче, в процессе постановки и коррекции самой задачи является одной из критических характеристик нерутинного мышления. Дополнительно использование «матриц Лобанова» и аналогичных линейно-табличных диаграмм существования Н. Н. Жалдака [5] является хорошим способом визуализации логического рассуждения.

Третье заключение предусматривает несколько уровней рефлексивного управления. Перечислим эти уровни:

- школьники и учитель на уроке;
- школьники, учителя и администрация образовательного учреждения;
- стейкхолдеры образовательного учреждения (родители, друзья и знакомые школьников, друзья и знакомые родителей, учреждения управления образованием, ...);
- члены сетевого сообщества, заинтересованные в проекте.

Ключевой ресурс проекта – педагоги. У них необходимо сформировать следующие умения:

- отличать рутинное от нерутинного (например, изобретательскую задачу от стандартной);
- работать с банком нерутинных задач (где их брать, не придумывая);
- технологично трансформировать урок путем замены рутинных задач на нерутинные.

В соответствии с технологией быстрого прототипирования («наиболее простой вариант системы, содержащий наиболее сложный элемент») [2] реализация проекта будет начата с формирования проектной группы, работающей с использованием кросс-технологий ситуационного центра.

Таблица 1.
Схематизация логических операций

| ОПЕРАЦИЯ | СХЕМА | Комментарий |
|---------------------------------------|-----------------------------------|--|
| Анализ от целого к частям | $S \Rightarrow A+B*C@D$ | Система состоит из компонентов; +, *, @ - связи и отношения |
| Синтез от частей к целому | $A+B*C@D \Rightarrow S$ | Компоненты формируют систему |
| Дедукция от общего к частному | $\{A, B, C\} \Rightarrow b$ | $\{\}$ = закон о связях и отношениях системы = подтверждённая гипотеза |
| Индукция от частного к общему | $a, b, c \Rightarrow \{A, B, C\}$ | Проверка гипотезы |
| Абдукция от частного к частному | $a, b, c \Rightarrow \{A, B, C\}$ | $\{ \}$ - гипотеза |
| Аналогия | $A=(@)=B$ | A похоже на B по отношению @ |
| Противоречие | $(A=B) + (A\#B)$ | A похоже на B И A НЕ похоже на B |

Предложенная концепция позволяет приступить к реализации проекта на экспериментальной площадке. Результаты будут доложены на конференции 2013 года «Рефлексивный театр ситуационного центра».

1. Филимонов А. А. и др. Организация проектной деятельности (учебно-методическое пособие). Омск: Омский гос. педагогический ун-т, 2005. 256 с.
2. Мухаметдинова С. Х., Филимонов В. А. Кросс-технологии ситуационного центра в управлении коллективной проектной деятельностью. Омск: Омский гос. ин-т сервиса, 2012. 120 с.
3. Лобанов В. И. Русская логика в информатике. Букварь математической логики. М.: Русская правда, 2010. 48 с.
4. Порецкий П. С. Логические равенства. О способах

решения логических равенств и об обратном способе математической логики. М.: Русская правда, 2011. 160 с.

5. Жалдак Н. Н. Задачи по практической логике. Белгород: ЛитКараВан, 2010. 84 с.

УДК 303.732.4

АЛГОРИТМ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ ОПТИМАЛЬНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИМУЛЯТОРОВ

О. М. КУЛИКОВА

*Сибирская государственная автомобильно-
дорожная академия*

Актуальность. Сегодня одним из актуальных вопросов современной науки является разработка информационно-аналитических систем поддержки принятия оптимальных управленческих решений (СППР) с использованием имитационного моделирования. Это обусловлено ростом количества необходимой информации для мониторинга и анализа деятельности предприятий, интеграцией процессов управления и информатизации в социальной сфере, сфере производства и управления.

Одним из последних направлений развития СППР является создание экономических симуляторов, позволяющих с достаточной точностью моделировать деятельность предприятий в различных условиях и возможные последствия принимаемых управленческих решений. Используемые в экономических симуляторах имитационное моделирование и когнитивная графика являются наиболее мощными инструментами исследования и оценки эффективности деятельности сложных динамических систем, чья деятельность зависит от воздействия случайных факторов.

В настоящее время в связи с улучшением макроэкономического климата и созданием условий для роста промышленного производства, но и в тоже время ростом неопределенности внешней среды возникает необходимость создания экономических симу-

ляторов для поддержки принятия управленческих решений руководителями промышленных предприятий.

Цель исследования. Разработать алгоритм поддержки принятия управленческих решений в условиях неопределенности для экономических симуляторов.

Материалы и методы. Для анализа внешней и внутренней сред реальных предприятий используется комплексная методика, разработанная с применением методов современной статистики и теории хаоса [1].

Имитационное моделирование деятельности исследуемого предприятия осуществляется с применением методов системной динамики и агентного моделирования. Модели взаимодействия стейкхолдеров и предприятия строятся на основании концепции рефлексивного управления В. А. Лефевра.

Разработка стратегии исследуемого предприятия осуществляется с применением GАР-анализа.

Оптимальные управленческие решения разрабатываются с применением методов многокритериальной оптимизации.

Результаты исследования и их обсуждение. Экономический симулятор представляет собой систему, отображающую взаимодействие игроков на рынке с учетом развития экономических и рыночных процессов. Цель руководителя исследуемого предприятия – достижение поставленных целей в условиях приближенных к реальности, – в условиях неопределенности и риска. Для снятия неопределенности используется сценарный подход, позволяющий описать различные варианты развития ситуации.

При работе симулятора оценивается не только эффективность деятельности исследуемого предприятия, но и эффективность принимаемых руководителем управленческих решений по ряду заданных параметров.

Экономический симулятор для поддержки разработки и принятия управленческих решений состоит из следующих модулей:

- *Модуль моделирования внешней и внутренней среды исследуемого предприятия* (основная функция данного модуля построение модели исследуемого предприятия, стейкхолдеров, их взаимоотношений и условий микросреды и макросреды).

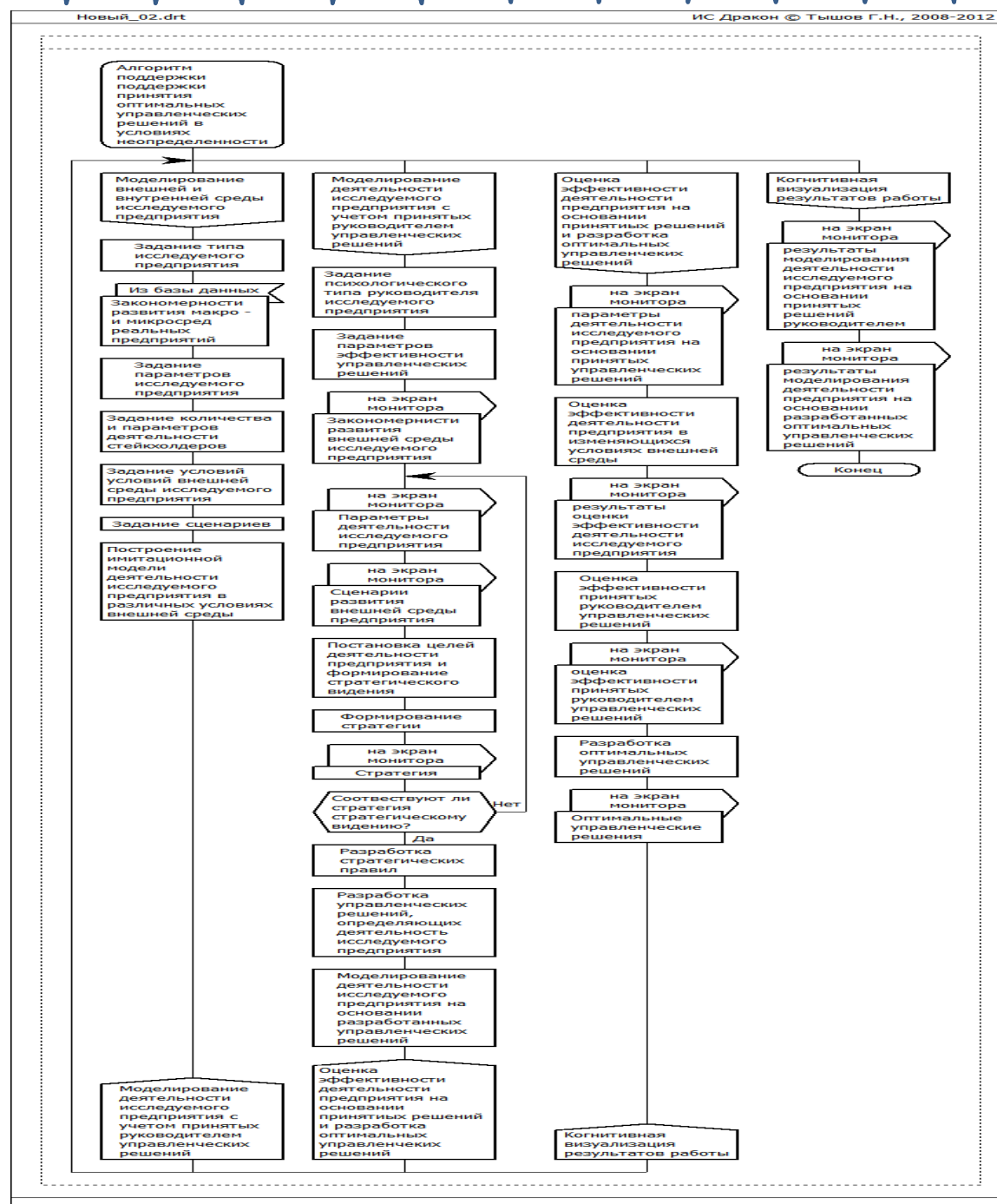


Рисунок 1. Алгоритм поддержки принятия оптимальных управленческих решений для экономических симуляторов

• Модуль исследования деятельности предприятия с учетом вариантов развития внешней среды и принятых руководителем управленческих решений (основное назначение данного модуля - моделирование деятельности исследуемого предприятия на основании принятых руководителем управленческих решений).

• Модуль оценки эффективности деятельности исследуемого предприятия и разработки оптимальных управленческих решений (модуль предназначен для оценки эффективности деятельности предприятия на основании принятых решений руководителем и разработки оптимальных управленческих решений, позволяющих предприятию сохранять

устойчивость в меняющихся условиях и достигать поставленных целей в заданные сроки с минимальным количеством используемых ресурсов).

- *Модуль визуализации результатов моделирования* (назначение модуля – когнитивная визуализация полученных данных в ходе вычислительного эксперимента).

- *База данных.*

Алгоритм поддержки принятия оптимальных управленческих решений для экономических симуляторов показан на *рисунке 1*.

Одним из достоинств создаваемого экономического симулятора является разработка оптимальных управленческих решений на основании принятых руководителем решений в процессе работы с программой. Это позволит учитывать индивидуальные психологические особенности руководителя и его стиль работы.

Заключение. Использование разработанного алгоритма поддержки принятия оптимальных управленческих решений для экономических симуляторов позволит повысить эффективность деятельности предприятий.

Работа поддержана грантом РФФИ 13-07-00103.

1. Куликова О. М. Проект программного комплекса для построения сценарных стратегий проектных команд ситуационных центров // *Современные проблемы науки и образования*. 2011. № 3. URL <http://www.science-education.ru/103-6973> (дата обращения: 10.04.2013 г.).

УДК 687.1

О ПРОБЛЕМЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ЗНАНИЙ ПРОБЛЕМНОЙ ОБЛАСТИ «ТЕХНОЛОГИЯ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ»

Л. А. КОРОЛЕВА, А. В. ПОДШИВАЛОВА,
О. В. ПАНЮШКИНА,
А. А. ПОЛОЗ, М. Е. ШИРОКОВА

*Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса*

Интеллектуализация систем автоматизированного проектирования (САПР) представляет собой усиление традиционных систем автоматизированного проектирования новыми информационными технологиями, основанными на знаниях. Для повышения эффективности САПР требуется внедрить в состав их средств системы инженерии проектных знаний, т. е. программные системы, снабженные специальным инструментарием переработки трудно формализуемых сведений, включающим стратегии поиска, управление базами знаний, механизмы вывода и другие. Системы на основе знаний дополняют имеющиеся программные модули САПР, такие как проектирующие подсистемы, обеспечивая более эффективную их работу. Интеллектуализация САПР, в том числе одежды, предполагает совместное использование интеллектуальных компонентов и традиционных технологий.

Одним из главных факторов, определяющих соответствие швейного изделия предъявляемым требованиям, является оптимальный выбор методов технологической обработки швейного изделия. В настоящее время вопросы проектирования технологических процессов в автоматизированном режиме эффективно решаются в таких наукоемких отраслях промышленности, как машино- и приборостроение, где разработан и успешно функционирует ряд программных продуктов, базирующихся на знаниях о методах и способах технологической обработки изделий из различных материалов [1].

© Л. А. Королева, А. В. Подшивалова,
О. В. Панюшкина, А. А. Полоз,
М. Е. Широкова, 2013

Секция 4. Информационные технологии в легкой промышленности и сфере сервиса

В свою очередь, в САПР одежды (как отечественных, так и зарубежных) на современном этапе развития автоматизация процесса технологической подготовки производства не реализована в полной мере. Так, в рамках подсистемы «Технолог» [2] в автоматизированном режиме решаются задачи составления и расчета технологических последовательностей, составления схем разделения труда, создания отчетов и печати документации, создания и ведения баз данных оборудования, специальностей, тарифных ставок, справочника неделимых и организационных операций.

В наше время решаются задачи по созданию и наполнению специализированной информацией баз данных (БД) и баз знаний (БЗ), относящихся к предметным (и проблемными) областям художественного моделирования, конструирования одежды, технологии швейных изделий и материаловедения. Предлагаются решения структурирования информации и создания интегрированной информационной среды проектирования. Однако не исследованы вопросы автоматизации процесса принятия технологических решений, влияющих на другие этапы проектирования и оказывающих решающее воздействие на качество готовых изделий [3,4].

Остаются без внимания вопросы, связанные с автоматизацией и интеллектуализацией этапа выбора методов технологической обработки при проектировании изделия в рамках интегрированной системы автоматизированного проектирования одежды (ИСАПРО), формализацией знаний проблемной области «Технология швейных изделий». В условиях современного проектирования одежды выбор методов технологической обработки (МТО) производится на основе опыта и знаний специалиста. Интеллектуализация САПРО позволит реализовать этот выбор на основе использования экспертных систем (ЭС), что повысит эффективность проектных работ за счет сокращения времени ожидания результатов и уменьшения зависимости от субъективных факторов, которые могли исказить представление о решаемой задаче и интерпретации результатов. Этот переход также основан на преимуществах систем, основанных на знаниях, перед экспертом-специалистом: выводы формулируются более обоснованно; процесс систематизирован,

рассматриваются все детали; БЗ может быть неограниченно большой. Знания требуют дополнения, структурирования данных и представления их в адаптированном виде для информационных технологий. Следовательно, возникает потребность в разработке онтологии: для совместного использования человеком или программными агентами общего понимания структуры информации; для анализа знаний проблемной области; для возможности повторного использования знаний; для введения допусков проблемной области; для разграничения знаний проблемной области (от оперативной). Таким образом, выбранная для исследования проблематика является актуальной и своевременной.

Предметом данного исследования является проблемная область «Технология швейных изделий (ТШИ)».

В рамках настоящей работы предлагается сформировать предметную составляющую экспертной системы, основанной на знаниях о методах соединения деталей одежды, в частности разработать понятийную структуру онтологии проблемной области «Технология швейных изделий».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: провести анализ информационных источников по теме исследования; рассмотреть методологический подход к разработке экспертных систем; проанализировать методы получения и представления данных и знаний; сформулировать понятийную структуру онтологии проблемной области (ПО) ТШИ; разработать тезаурус основных понятий для унификации подхода к описанию элементов онтологии ПО ТШИ; выявить характеристики методов обработки основных технологических узлов верхней одежды различного ассортимента с целью дальнейшей формализации их описания.

Методологической основой исследования являются: системный подход, методы системного анализа, методы интеллектуализации поддержки принятия решений, онтологический подход.

Научная новизна работы заключается в разработке концепции организации и математической модели интеллектуальной информационной системы «Технология швейных изделий» (ИИС ТШИ), включающую проектирую-

Секция 4. Информационные технологии в легкой промышленности и сфере сервиса

шую подсистему «Технолог» и реализованную в комплексе с экспертной системой (ЭС) «Технология»; формировании предметной составляющей экспертной системы «Технология»; создании понятийной структуры онтологии проблемной области ТШИ.

Практическая значимость исследования заключается: в разработке спецификации срезов деталей одежды для унификации подхода к описанию элементов онтологии проблемной области ТШИ; определении характеристик методов обработки основных технологических узлов верхней одежды различного ассортимента с целью дальнейшей формализации их описания в рамках ЭС «Технология»; создании предпосылок для автоматизации процесса принятия технологических решений на основе принципов интеллектуализации и интеграции.

Экспертные системы представляют сложные программные комплексы, аккумулирующие знания специалистов в конкретных предметных областях и тиражирующие этот эмпирический опыт для консультаций менее квалифицированных пользователей. Главное достоинство ЭС – возможность накопления знаний и сохранение их длительное время. В отличие от человека к любой информации ЭС подходит объективно, что улучшает качество проводимой экспертизы.

Цель создания экспертных систем – упрощение процедуры принятия решений пользователями в трудно-формализуемых проблемных областях, улучшение качества и повышение объективности принимаемых решений, тиражирование знаний экспертов, автоматизация некоторых рутинных направлений деятельности экспертов.

Ядром экспертных систем являются базы знаний соответствующих проблемных областей, например, ПО «Технология швейных изделий». База знаний реализует функции представления знаний в конкретной проблемной области и управления ими. Знания в базе знаний представлены в определенной форме, и организация базы знаний позволяет их легко определять, модифицировать и пополнять.

В настоящее время самыми распространенными моделями приобретения знаний являются модели приобретения знаний с помощью инженера по знаниям и интеллектуального редактора. В условиях данного исследования при-

менима модель приобретения знаний с помощью инженера по знаниям, в которой автоматизировано только решение задачи модификации знаний.

Существуют различные подходы, модели и языки описания знаний. При этом все большую востребованность в последнее время приобретают онтологии. Онтология – это точная спецификация некоторой проблемной области, например, «Технология швейных изделий». Формальное и декларативное представление, которое включает словарь (или имена) указателей на термины проблемной области и логические выражения, которые описывают, что эти термины означают, как они соотносятся друг с другом, и как они могут или не могут быть связаны друг с другом. Таким образом, онтологии обеспечивают словарь для представления и обмена знаниями о некоторой проблемной области и множество связей, установленных между терминами в этом словаре. В настоящее время использование онтологий наиболее активно происходит в области систем управления знаниями, а также в области многоагентных интеллектуальных систем.

Начальными этапами технологии разработки экспертной системы в общем случае являются выбор проблемы и разработка прототипа системы.

Первый из указанных этапов состоит из нескольких стадий. На первой стадии производится определение проблемной области, которая включает в себя предметную область и решаемые в ней задачи. В рамках настоящего исследования – это проблемная область «Технология швейных изделий». Далее следуют стадии поиска эксперта и коллектива разработчиков, формулирования задач, решаемых ЭС, анализа расходов и прибыли от разработки.

Разработка прототипа системы включает стадии: идентификация проблемы; получение, структурирование и формализация знаний; реализация прототипа ЭС; тестирование прототипа ЭС.

В данной работе планируется реализовать стадии:

- идентификация проблемы (определяются необходимые ресурсы, источники знаний, анализируются имеющиеся аналогичные систе-

мы, формулируются цели и определяются классы решаемых задач);

- получение инженером по знаниям наиболее полного представления о проблемной области и способов решения задач в ней;
- структурирование знаний (разработка неформального описания знаний в виде графа, таблицы, сети, диаграммы, текста, которые отражают основные понятия предметной области и взаимосвязи между ними). На этом этапе определяются терминология, список основных понятий и их атрибутов, отношения между понятиями, структура входной и выходной информации, стратегии принятия решения и ограничения (спецификации) на стратегии.

Конечным результатом исследования является онтология проблемной области «Технология швейных изделий».

Результаты данной научно-исследовательской работы могут быть применены: при проектировании ИСАПРО на этапе автоматизации процесса принятия технологических решений на основе принципов интеллектуализации и интеграции; в научно-исследовательской работе и методической работе кафедры сервисных технологий ВГУЭС; в учебных процессах различных уровней подготовки.

1. САПР TechCard [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intermech.ru/techcard7art.htm>

2. САПР EleanderCAPP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eleandr-soft.ru/technol.htm>

3. Гетманцева В. В. Разработка методов интеллектуализации процесса автоматизированного проектирования женской одежды: автореф. дис. ... канд. техн. наук / Гетманцева В. В. М.: Изд-во МГУДТ, 2006.

4. Королева Л. А. Интеллектуализация процесса автоматизированного проектирования одежды [Текст]: монография. – Владивосток: Дальнаука, 2011. 196 с.

УДК 303.732.4

КОНЦЕПЦИЯ ТВОРЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ОТКЛИК ТЕНИ» ПРИ РЕФЛЕКСИВНОМ ТЕАТРЕ СИТУАЦИОННОГО ЦЕНТРА

А. А. ФОМЕНКО*, В. А. ФИЛИМОНОВ**

*Сибирский государственный университет физической культуры и спорта

**Омский филиал Института математики СО РАН

Интерпретация эмблемы творческой группы «Отклик тени» позволяет раскрыть основные направления деятельности киностудии и литературного объединения, которые созданы при рефлексивном театре ситуационного центра (РТСЦ) [1–4].

Функционирование «Отклик тени» направлено на реализацию идеи гармонии науки и творчества в теории рефлексии [5–7]. Основопологающим элементом эмблемы является треугольник, который обозначает триединство теорий В.А. Лефевра: «формула человека», «этические системы», «теория рефлексивных игр» (рис. 1).

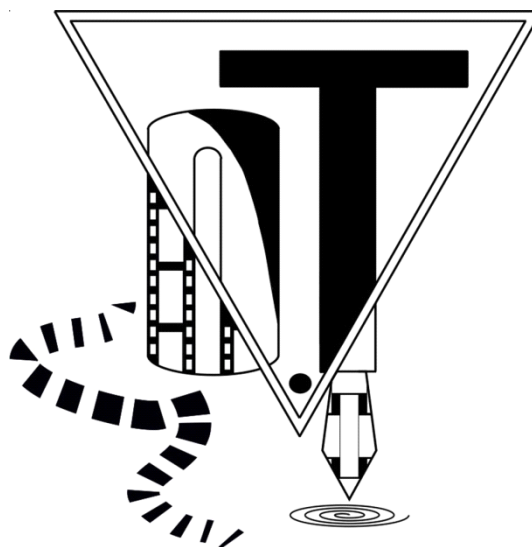


Рисунок 1. Эмблема творческой группы «Отклик тени»

Секция 4. Информационные технологии в легкой промышленности и сфере сервиса

Треугольник разграничивает научное направление «Отклик тени», представленное во внутренней его среде, и творческое, изображенное во внешней среде треугольника. Творческая группа выполняет следующие научные функции: организация и сопровождение процесса коллективной проектной деятельности с применением кросс-технологий; проведение рефлексивного анализа мероприятий РТСЦ; создание моделей поведения группы в динамическом состоянии на основе теории рефлексивных игр В. А. Лефевра с использованием кросс-технологий; разработка алгоритмов, методик и технологий гуманитарной поддержки рефлексивного анализа.

К творческим функциям группы можно отнести: создание художественных литературных произведений и оригинальных учебно-исследовательских материалов, а также производство видеофильмов на основе теории рефлексии. Грани треугольника впитывают результаты взаимодействия как киностудии и литературного объединения, так и научных и творческих идей, а также являются своего рода проводником для реализации представленной гармонии.

Центральным компонентом эмблемы является сочетание букв «ОТ». Во внутренней среде треугольника «О» одновременно имеет несколько значений: (а) выражает ноль, свидетельствующий о «конflikте» между субъектами; (б) в композиции «О» вовлечена в связь и откликается на тень: будучи включенной в биполярный мир, находится под давлением «Т»; (с) определяет слово «отклик», отражающее душевное состояние субъекта на действие как ответ, который может быть позитивным или негативным. Третье значение «О» можно заметить в стихотворении А. С. Пушкина:

Ревёт ли зверь в лесу глухом,
Трубит ли рог, гремит ли гром,
Поёт ли дева за холмом –
На всякий звук
Свой **отклик** в воздухе пустом
Родишь ты вдруг.

Ты внемлешь грохоту громов,
И гласу бури и валов,

И крику сельских пастухов –
И шлѣшь ответ;
Тебе ж **нет отзыва** ... Таков
И ты, поэт!

А. С. Пушкин
Эхо, 1831 г.

Значения буквы «Т»: (а) символично демонстрирует единицу, отражающую взаимоотношения «союза» между субъектами; (б) в композиции «Т» осуществляет механизм рефлексивного управления: воздействуя на «О», навязывает ему поведение, которое принимается как свое, но predetermined другой стороной; (с) обозначает слово «тень», которое рассматривается как продолжение человеческих намерений, но имеющее свою душу и реализовывающее выбор в зависимости от альтернативных предлагаемых обстоятельств. Заключительное значение «Т» во внутренней среде треугольника можно проследить в стихотворении С. В. Михалкова:

За мною следом ходит **тень**,
Куда бы я ни шѣл.
Сажусь к столу, всегда со мной
Садится тень за стол.
Она **такая же, как я**
От головы до ног.
И **повторяет каждый шаг**
И каждый мой прыжок.
...
Я раз проснулся раньше всех
На целых два часа
И вышел в сад, пока ещё
Не высохла роса.
Но **тень за мною не пошла**.
Был сер осенний день.
До ночи в складках простыни
Спала лентяйка тень.

С. В. Михалков
Моя тень (фрагменты)

Сочетание «ОТ» во внутренней среде треугольника связывается точкой, тем самым образуя десятичную дробь, которая выражает грани восприятия субъектом давления мира, осознания образа мира и образа себя в нем, а также гамму «позитивности» шкалы оценки мира, которая определяет действие субъекта

Секция 4. Информационные технологии в легкой промышленности и сфере сервиса

– «сотрудничество» или «конфронтация». Идею сочетания «О.Т» можно распознать в строках стихотворения руководителя творческой группы «Отклик тени»:

Звезда безмолвием сияла,
Одна в ночи сырой зевала.
Она так дождик не любила,
Луной от капелек завывала.
...
За это небо побранила,
За это грани заострила.
В ночи обидеться решила,
Надулась, фыркнула, простила.

А. А. Фоменко
Звезда (фрагменты)

За пределами треугольника раскрывается творческий компонент теории рефлексии, в частности гуманитарная поддержка рефлексивного анализа. Во внешней среде эмблемы «О» отражает деятельность киностудии, как в статическом, так и в динамическом состоянии вьющейся киноленты. Буква «Т» продолжается пером, которое отражает направление литературного объединения; упавшая капля чернил рассматривается как отзвук от пера – сила, реализующая механизм рефлексивного управления.

Для представления концепции «Отклик тени» в графическом виде разработана когнитивная схема «Грани книги», позволяющая одновременно рассматривать пять пар элементов классификации в одном изображении: наука и творчество, интерпретация «О» и «Т», кинотворчество и литература, статическое и динамическое состояние, внутренняя и внешняя среда; в согласии со связкой «О.Т» (рис. 2).

Главной классификацией в когнитивной схеме, как и в эмблеме, является пара «наука – творчество». «Страницы книги», отражающие научное направление, составляют вышеизложенные значения «О» и «Т», которые более детально соотнесены с конкретными теориями рефлексии. Творческая деятельность группы описана на «страницах» кино- и литературного творчества, которые имеют два уровня: (1) авторские и художественные фильмы –

произведения художественной литературы; (2) экспериментальные и обучающие фильмы – оригинальные учебно-исследовательские материалы. На второй уровень влияет связка «О.Т», осуществляющая реализацию гармонии научных и творческих идей теории рефлексии

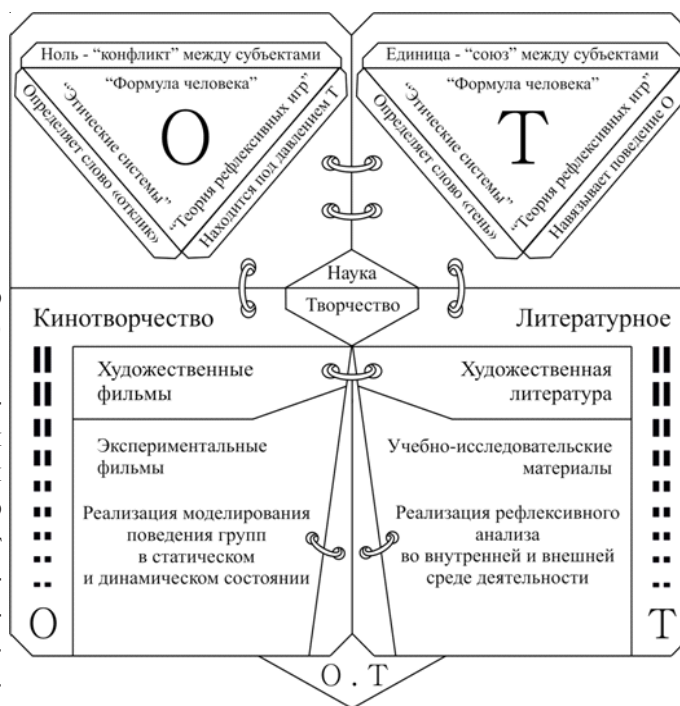


Рисунок 2. Когнитивная схема «Грани книги»

Таким образом, основными направлениями деятельности творческой группы «Отклик тени» являются [8, 9]:

1. Реализация моделирования поведения групп в статическом и динамическом состоянии.
2. Реализация рефлексивного анализа во внутренней и внешней среде деятельности.
3. Реализация процесса «одушевления» формализованных результатов представленных пунктов для описания и объяснения морального выбора человека, что поможет предсказывать поведение социальных групп.

Для гуманитарной поддержки основных направлений группой «Отклик тени» решаются следующие задачи:

1. Организация и сопровождение процесса коллективной проектной деятельности с применением кросс-технологий.
2. Проведение рефлексивного анализа мероприятий РТСЦ.

Секция 4. Информационные технологии в легкой промышленности и сфере сервиса

3. Разработка алгоритмов, методик и технологий гуманитарной поддержки рефлексивного анализа.

4. Создание художественных литературных произведений и оригинальных учебно-исследовательских материалов, а также производство видеофильмов, отражающих идеи теории рефлексии. Перспективное направление творчества – идеи В. А. Лефевра, касающиеся онтологизации одушевленности, которая позволит материализовать идеальные объекты. В основе онтологии лежит концепция идеального «навигатора», детерминирующего поведение субъекта в условиях неустойчивости.

1. Мухаметдинова С. Х., Филимонов В. А. Кросс-технологии ситуационного центра в управлении коллективной проектной деятельностью. Омск: Омский гос. ин-т сервиса, 2012. 120 с.

2. Филимонов В. А. Технологии ситуационного центра для социальной инженерии // Проблемы управления в социальных системах, Т. 1, Вып. 2, 2009. С. 63-74. URL: <http://www.lib.tsu.ru/mminfo/2011/000393746/02/image/02-063.pdf> (дата обращения 20.05.2013).

3. Рефлексивный театр ситуационного центра (РТЦЦ-2007) // Материалы Всеросс. конф. с междунар. участием // Омск: Омский гос. ин-т сервиса, 2007. 140 с. URL: <http://www.ofim.oscsbras.ru/~filimono> (дата обращения 20.05.2013).

4. Рефлексивный театр ситуационного центра (РТЦЦ-2011) // Материалы V-й Всеросс. конф. с междунар. участием // Омск: Омский гос. ин-т сервиса, 2012. 110 с. URL: <http://www.ofim.oscsbras.ru/~filimono> (дата обращения 20.05.2013).

5. Лефевр В. А. Лекции по теории рефлексивных игр. М. : Когито-центр, 2009. 218 с.

6. Лефевр В. А. Что такое одушевленность. М. : Когито-центр, 2013. 125 с.

7. Лефевр В. А. Алгебра совести. М. : Когито-центр, 2003. 426 с.

8. Филимонов В. А. Фоменко А. А. Информационная технология гуманитарной поддержки использования рефлексивного анализа В. А. Лефевра // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2013. № 1 (в печати, статья поступила в редакцию 08.04.2013).

9. Фоменко, А. А. Анализ внутренней среды промышленного предприятия с использованием рефлексивного подхода и кросс-технологий ситуационного центра // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2013. № 1 (в печати, статья поступила в редакцию 08.04.2013).

СЕКЦИЯ 5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРОИЗВОДСТВА И ДИЗАЙНА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

УДК 659.1.013

ПОМОЩЬ «ЗЕЛЁНОГО» БРЕНДА

А. А. СКИРНЕВСКАЯ, Н. В. АЛГАЗИНА

Омский государственный институт сервиса

Отражение действительности в творчестве современников – художников, писателей, музыкантов, явление постоянное, происходящее как бы само собой. Высмеивание пороков общества, хлещущие злободневностью темы, личная оценка автора на события, происходящие вокруг него – всё это отражено в произведениях искусства. Это и зеркало, и способ осмысления, и мощный двигатель эмоций. Искусство всегда имело большое влияние на зрителя и получало от него обратную связь.

Со временем общество, делая постепенные шаги на новые ступени промышленного, технического, информационного развития, пришло к появлению новых средств выразительности в изобразительном процессе. Движение жизни ускорялось, постепенно превращая человека-создателя в человека-потребителя, на которого можно легко влиять за счёт новых быстроменяющихся способов. Мода, бренды и реклама без труда ведут общество потребителей за собой, могут менять его мышление или, если нужно, мировоззрение. И высокие цели искусства, такие как: разбудить в человеке совесть, помочь видеть прекрасное в обыденном или научить думать – в данном случае не играют роли. Всё делается ради одной цели – продать.

Появление дизайна как совокупности искусства и техники, и его дальнейшее развитие – разветвление в стороны разнообразия человеческой деятельности, в настоящее время привело к отсутствию цельности создаваемого. «Дизайн, развиваясь как дизайн вещи, тоже подошёл к пределу понимания и проектирова-

ния мира вещей без понимания этого самого мира, не только вещного, материального, но и духовного, мира во всей его целостности» – говорит А. О. Глазачева.

Закреплённый временем порядок вещей и в рамках жизни одного человека, и целого общества невозможно изменить мгновенно, даже если это губительно для всех. Подобный процесс растянут во времени, но его вполне возможно начать с попытки заставить работать существующую систему во благо. Таким образом, можно «научить» рекламу и бренды говорить честно и за счёт них продвигать новый образ жизни, способный остановить надвигающуюся экологическую катастрофу. Современный мир уже сделал несколько шагов в данном направлении, появление понятий «зелёный маркетинг», «зелёные общества», «зелёная реклама» и экомаркировки служат тому подтверждением.

«Зелёный» маркетинг – это повышение лояльности потребителей, узнаваемости бренда и объёма продаж за счёт выпуска экологически чистой продукции или использования экологичных технологий производства. Зародился зелёный маркетинг в США, а по данным исследования Information Resources, сегодня уже 48 % американцев при покупке обращают внимание хотя бы на один из показателей экологичности товара, будь то экологичность самого продукта, его упаковки или магазина, в котором он продаётся.

Но в истории развития «зелёного» маркетинга присутствуют случаи, когда громкие заявления производителей об экологичности их продукции оказывались преувеличением. Подобная имитация эко-политики получила название «greenwashing», или «зелёная отмывка». Компании, построенные на «greenwashing», часто терпели неудачи, подрывая авторитет самого «зелёного» маркетинга. Поэтому сегодня в США для термина «зелёный маркетинг» существуют официальные нормативы использования и производители не имеют права исказить или приукрашивать информацию.

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

Из беседы Марии Быстровой, копирайтера в «зелёной» рекламе, с Софией Рибейро, маркетинговым специалистом компании Kiwano Marketing, о причинах популярности «зелёного» маркетинга можно выделить главные аспекты: «... Вот с чем я это связываю: – говорит София.

- Люди стали более информированными, они узнали об экологии больше.
- Потребители оказывают влияние на корпорации и правительства.
- Качество эко-продуктов повысилось, отрасль стала более привлекательной и конкурентоспособной (сегодня нет необходимости делать выбор между качественным и экологичным продуктом – вы можете получить то и другое).
- Наконец, экологичные продукты стали более конкурентоспособными в плане цены и достигли планки доступности.

На мой взгляд, в эоиндустрии особенно интересна её тесная связь с социальными ценностями. Вести экологичный образ жизни, заботиться о том, какой углеродный след ты оставляешь – всё это хорошо, но этого недостаточно. Бизнес должен стать социально ответственным. Я даже обычно шучу, что эоиндустрию следовало бы назвать индустрией этики!»

На сегодняшний день уже существуют достаточно серьёзные экологические общества, организаторы которых открыто заявляют о важности изменения образа жизни, выносят на общественность свои предложения, предпринимают конкретные действия. Одно из таких – Общероссийское экологическое движение «Зелёный век», создатели которого говорят следующее: «Человечество в своем развитии прошло через разные этапы: оно пережило «каменный» век, «бронзовый», «серебряный» и «золотой». Сегодня мы стоим на пороге новой цивилизации – «зелёного» века. Только став создателями Зелёного века, человечество имеет шанс не прекратить свое существование». Также они проводят различные акции и воплощают в жизнь большие проекты. Примером тому может быть Green Art, генеральная концепция которого заключается в продвижении экологических ценностей через различные формы искусства – классического и современного.

Ещё одним двигателем экологически осмысленного потребления изменения жизни служит экомаркировка. Главная её задача – стимулирование потребительского интереса к продукции, производство которой наносит минимальный ущерб окружающей среде. На Западе экомаркировка существует более тридцати лет и давно стала неотъемлемой частью культуры потребления. Широко известны такие экологические бренды, как немецкий «Голубой ангел», «Скандинавский северный лебедь», «Европейский цветок», канадский «Экологический выбор», японский экоснак и многие другие. В России тоже существует экомаркировка – например, знак «Листок жизни». Он разработан Петербургским экологическим союзом в 2001 году, а в прошлом году принят в The Global Ecolabeling Network (Глобальная сеть экомаркировки).

Анализируя статью «Зелёная графика» американки Пэтт Коттингхэм, возможно сделать следующий вывод: сегодня множество крупных и маленьких компаний задумались о важности экологической осознанности и добропорядочности. Создание экологичного качественного товара хорошо для покупателя, не вредит окружающей среде, и выгодно производителю. Например, компания Avery Dennison, объединяя оценку жизненного цикла с креативными дизайнерскими решениями, создаёт этикетки с помощью технологии Greenprint, которые повышают позитивное восприятие торговой марки у потребителей и при этом не наносят ущерба окружающей среде. А бренд Timberland уже давно является экологически сознательным. Компания печатает и приклеивает «пищевые» наклейки на каждую коробку обуви, чтобы сообщить людям о том, что используется при изготовлении обуви.

Говоря о помощи брендов и рекламы в продвижении темы экологической осознанности и важности изменения образа жизни, не стоит забывать о том, что любой производитель, хоть и порядочный, нацелен на прибыль. Любой маркетолог, разрабатывая экополитику для «зелёной» компании, одним из результатов своей деятельности видит хороший товарооборот и высокий доход данной компании. В то время как понятие экологичности касается не толь-

ко мира материального, но и духовного, где деньги ценности не имеют. Но это следующий шаг общества к новому миру.

1. Глазычева А. О. Экологический дизайн: в поисках смысла [Текст] // Социально-гуманитарные знания. 2009. № 4. С. 327-333.

2. Зелёный маркетинг: интервью с Софией Рибейро Kiwano Marketing [Интернет-ресурс] <http://mariabystrova.ru/>

3. Пэтт Коттингхэм. Зелёная графика: как бренды продвигают экологическую тему с помощью продуктового дизайна [Текст] // Маркетолог. 2007. №12. С. 12-15.

УДК 391.687.12

ТВОРЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Г. В. ТОЛМАЧЕВА, М. А. ПРОВИЛКОВА,
О. В. ХМЕЛЬНИЦКАЯ

Омский государственный институт сервиса

Продукт деятельности высшего образования – специалист, обладающий сформированными профессиональными компетенциями. Министр промышленности и торговли РФ В. Б. Христенко подчеркивал, что основные направления развития промышленности – курс на инновационное развитие, повышение конкурентоспособности российской продукции, стимулирование и развитие трудовых ресурсов. Сфера деятельности дизайнера костюма индустрия моды – сложная и многогранная структура. Индустрия моды – это определённый сектор экономики, включающий в себя производство и сбыт товаров (в том числе и услуг как товара). Это одновременно и творческая, и производственная сфера деятельности с предприятиями различного уровня мощности и направлений. Малые формы производства – индивидуальные предприятия, ателье. Более крупные – фабрики по производству одежды, фабрики с брендом, бренд-фирма с собственным производством, ателье с именем дизайнера, дизайн-бюро, бренд фирма с дизайн-бюро, дом моды с именем дизайнера.

© Г. В. Толмачева, М. А. Провилкова,
О. В. Хмельницкая, 2013

Индустрия моды требует подготовки специалиста-универсала обладающего проектировочным мышлением.

Производство желает получить высококвалифицированного специалиста, способного с первых дней работы приносить существенный вклад в его развитие.

Омская школа дизайна значительно отличается от других направлений подготовки дизайнеров костюма; звание лучшей дизайнерской школы подтверждают студенты, неоднократно отмеченные на конкурсах различных уровней. Такой уровень достигнут благодаря правильной системе подготовки, где основной упор делается не только на предоставление возможности получить доступ к профессиональным знаниям, но и на формирование навыков проектировочных действий, что в свою очередь и позволяет сформировать профессиональные компетенции. При этом невозможно подготовить специалиста, одинаково готового к тому или иному производству, слишком различен уровень и направленность производств. Поэтому, познакомив студента с методами различных уровней проектирования и сформировав навыки работы с ними, можно надеяться, что выпускник сможет правильно сориентироваться на месте и применить тот комплекс компетенций, который потребуется.

Последовательность формирования профессиональных компетенций условно можно подразделить на несколько этапов, хотя, при этом нельзя разделять их очередность. Формирование происходит в зависимости от индивидуальных особенностей студента – последовательно или одновременно. Главная задача – предоставить возможность на практике познакомиться с большим количеством методов и методик, чтобы уже в профессиональной деятельности выпускник мог воспользоваться нужным ему набором. А набор проектировочных методов будет складываться в зависимости от конкретных задач производства, но при этом есть задачи, которые являются значимыми для любой производственной деятельности.

Основным видом деятельности дизайнера является проектирование, как вид практической деятельности, целью которой является поиск новых решений для создания нового про-

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

дукта. Процесс поиска представляет собой последовательность выполнения взаимообусловленных действий – процедур, которые в свою очередь, подразумевают использование определенных методов. Сложность процесса проектирования, как и любой другой творческой деятельности заключается в нестандартности проектных ситуаций. Это определяет необходимость знания различных методов проектирования и умения владеть ими. Для успешного формирования профессиональных компетенций весь процесс проектировочных действий мы рассмотрим как структуру и основу учебного процесса, обратимся к поэтапному раскрытию сути этой деятельности.

Для начала определим основные этапы деятельности через которые будет проходить дизайнер в процессе профессиональной работы, это:

- вовлечение в деятельность;
- целеполагание;
- проектирование действий;
- осуществление действий;
- анализ результатов действий и сравнение их с поставленными целями.

Процесс вовлечения в деятельность является этапом предпроектного исследования. Особенность этапа предпроектного исследования заключается в том, что именно тогда формируется система ориентиров, выбираются средства, с помощью которых будет выполнена последующая работа, и методы по которым она будет строиться. Предпроектное исследование – это система определенных действий:

- определение целевых ориентиров;
- выявление и сбор информации;
- чувственный и теоретический анализ аналогов объекта и проектной ситуации;
- выявление требований и ограничений;
- обобщение и оценка собранных данных;
- формирование структуры проектных задач.

Формирование структуры проектных задач, или этап целеполагания, наверное, один из важнейших процессов производства.

Результатом целеполагания в производстве и сервисе является увеличение производительности труда и снижение совокупной стоимости владения решением. То есть при успешном владении методами проектирования возможно сокращение пути для принятия успешного решения, а это в условиях производ-

ства, несомненная выгода (целеполагание – процесс выбора одной или нескольких целей с установлением параметров допустимых отклонений для управления процессом осуществления идеи.) Целеполагание – первичная фаза проектирования, предусматривающая постановку генеральной цели и совокупности целей (дерева целей) в соответствии с назначением, стратегическими установками и характером решаемых задач:

- умение планировать рабочее время с учётом ближних и дальних перспектив, с учётом важности задач;
- способность к выявлению оптимальных путей в решении задач;
- умение правильно устанавливать цели и достигать их.

При формировании навыков работы данные этапы наиболее значимы. Именно здесь нужно знание различных методик проектирования и умение их применять. Ведь проект – это уникальный набор процессов, состоящих из скоординированных и управляемых задач. Поэтому выбранные методы, а метод, как его характеризуют словари, – это прием или способ действия с целью достижения желаемого результата, будут существенно влиять на качество проектируемого продукта. Выбор методов зависит не только от вида решаемой задачи, но и индивидуальных черт разработчика (его характера, организации мышления, склонности к риску, способности принимать решения и нести за них ответственность и т. п.), условий его труда и даже оснащенности средствами оргтехники. Метод и его методология – это, программа (алгоритм), набор приёмов и способов того, как достичь желаемой практической цели. Применение метода позволяет найти то или иное решение и в итоге *выбрать* окончательное. Качество (успешность, эффективность) метода проверяется практикой, решением научно-практических задач, то есть поиском принципов достижения цели, реализуемых в комплексе реальных дел и обстоятельств.

В процессе проектирования конечный продукт проходит развитие от первоначально определенных предпроектным исследованием задач, приведённых в техническом задании, до детальных разработок, технической документации и опытных образцов. Этот процесс со-

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

этого метода значительно увеличивается производительность труда дизайнера, т. к. за короткий срок он может спроектировать большое количество композиционных взаимосвязей не только разрабатываемой формы костюма, но и общего направления перспективной коллекции.

УДК 687

ОСОБЕННОСТИ ИМИДЖ-КОНСАЛТИНГА В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

Л. В. МЕДВЕДЬ

Омский государственный институт сервиса

Имидж-консалтинг – это актуальное направление деятельности дизайнера. Суть данной деятельности заключается в двух направлениях: повышения экономической эффективности и качества связи производителей одежды (в т. ч. и омских) с покупателем и формирование у потенциального потребителя эстетического вкуса. Эти направления являются актуальными для развития индустрии моды в Омске и сибирском регионе. Эстетический аспект данной деятельности также подтверждает актуальность исследуемой темы.

Имидж-консалтинг в данном случае – это психология, перенесенная из сферы деятельности в сферу потребления, сферу, которая непосредственным образом связана с личностью человека – его внешним обликом, стилем. Процесс формирования образов рассматривается здесь с точки зрения механизма отношений между товаропроизводителями и потребителями. Эти аспекты, присущие рассматриваемому явлению, говорят о его социальной актуальности, и подтверждают своевременность и востребованность изучаемого явления.

Сегодня имидж стал сервисным продуктом у всех, кто занимается пред-принимательством, деловой и творческой деятельностью. Таким образом, ценностные функции имиджа свидетельствуют о его бесспорном значении.

Ценностные функции имиджа:

- Личностно возвышающая. Благодаря со-

зданию вокруг личности ореола привлекательности, она становится социально востребованной, раскованной в проявлении своих лучших качеств.

- Комфортизация межличностных отношений. Суть этой функции в том, что обаяние людей объективно привносит в их общение симпатии и доброжелательность, а потому нравственную меру терпимости и такта.

- Психотерапевтическая. Суть её в том, что личность, благодаря своей индивидуальной незаурядности и повышенной коммуникабельности, обретает устойчивое и положительное настроение, уверенность в себе.

Технологические функции имиджа:

- межличностной адаптации. Благодаря правильно избранному имиджу можно быстро войти в конкретную социальную среду, привлечь к себе внимание, оперативно установить доброжелательные отношения;

- высвечивания лучших личностно-деловых качеств. Благоприятный имидж даёт возможность зрительно представить наиболее привлекательные качества человека, позволяя соприкасающимся с ним людям познавать именно эти черты, вызывающие симпатию или доброе расположение;

- затенения негативных личностных характеристик. Посредством макияжа, дизайна одежды, аксессуаров, причёски и т. д. можно отвлечь людей от тех недостатков, которыми обладает человек;

- организация внимания. Привлекательный имидж невольно притягивает к себе людей, он импонирует им, а потому они психологически легче располагаются к тому, что он говорит или демонстрирует;

- преодоления возрастных рубежей. Искусно владея технологией самопрезентации, что конкретно проявляется в удачном выборе моделей поведения и исполнении различных ролей, можно комфортно себя чувствовать в общении с людьми не сковывая себя «комплексом» собственного возраста.

Знание технологических функций имиджа предлагает широкое практическое его использование. Имидж бывает достоянием конкретного лица, а также групповым, как, например, имидж фирмы или государственной структуры

Понятия “имидж”, “имиджелогия”, “имидж-консалтинг” теснейшим образом переплетают-

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

внедрением информационных технологий. Но и в этих условиях консультирование остается трудоемким видом профессиональной деятельности, эффективность которой определяется, в первую очередь, потенциалом консультанта.

Имидж-консультант – специалист в сфере имиджа и стиля, приглашаемый клиентом на основе принятого решения для выполнения работы, требующей специальных навыков в этой области. Имидж-консультант не только оценивает, но и выполняет функции объяснения, убеждения, обучения.

Необходимые черты имидж-консультанта:

- имеет специфический статус;
- использует интеллект как товар;
- обладает методическим инструментарием;
- работает с информацией;
- обладает компетентным художественным мнением;
- обладает знаниями в сфере дизайна одежды
- владеет знаниями в области психологии и модного маркетинга.

Имидж-консультант должен обладать качественными характеристиками, такими как: коммуникабельность, доброжелательность, обширное знание товара, продукта, услуги, с которыми работает специалист, грамотная структурированная речь, логика речи, индивидуальный стиль одежды; оптимистичность, адекватное мировоззрение, способность говорить на языке разных уровней, нужд и потребностей, активная жизненная позиция, рациональный подход, оптимизирование каждого рабочего процесса, умение слышать и слушать других, опыт общения с людьми (в том числе личностный – многолетние личные отношения и установление новых долговременных), низкий порог конфликтности, способность решать конфликтные ситуации.

Консалтинг по своей сути является эффективным маркетинговым продуктом, в котором при его создании выделяют три компонента:

- основной продукт;
- процесс оказания основной услуги;
- дополнительные услуги.

Основной продукт подразумевает обеспечение базовых преимуществ, связанных с решением проблем, ради которых потребитель обращается к имидж-консультанту. Оказание

основной услуги клиенту включает следующие элементы: длительность процесса; эффективность и степень взаимодействия клиента с обслуживающим персоналом имидж-консалтинговой компании; характер и сценарий обслуживания; используемый инструментарий т. д. Можно выделить три стадии данного процесса:

- предпроектная стадия, или ознакомление с проблемой клиента (включает в себя исследование проблемы с разных сторон);
- проектная стадия, или поиск решения проблемы клиента (составление схем ее преодоления);
- послепроектная стадия, или ознакомление клиента с результатами.

Для повышения удовлетворенности потребителей услуг и качества сервисного продукта в имидж-консалтинговой деятельности могут предоставляться дополнительные услуги. Дополнительные преимущества как расширение потенциального продукта необходимо предоставлять так же качественно, как и основные услуги. В имидж-консалтинге в число дополнительных услуг могут входить: личное общение с клиентом, гостеприимство, информационное обслуживание и др., целью которых является создание общего позитивного состояния процесса работы.

Поскольку оценить имидж-консалтинговую услугу только после ее получения и внедрения предложенного решения в число ее осязаемых элементов включаются: продукты (подбор конкретных элементов гардероба, создание нового стиля прически и макияжа и др.), услуги (личное общение, обучение, консультирование), информация (каталоги, буклеты, пособия, позволяющие сохранить и продлить во времени результаты работы). К неосязаемым элементам работы относится: соответствие работы стандартам качества, позитивная настроенность и т. п.

В целом восприятие и оценка имидж-консалтинговой услуги потребителем зависит от ряда факторов:

1. мобильность имидж-консалтинговой фирмы;
2. уровень профессионализма специалистов. Знания и репутация персонала имеют решающее значение для клиента, который ищет высококачественный продукт;

3. положение консультанта на рынке. Сотрудничество и партнерство в глобальном рыночном масштабе позволяют компании быть открытой и динамичной;

4. взаимоотношения консультантов с клиентами и посредниками. Все коммуникации в консалтинге должны находиться под строгим контролем с точки зрения качества, чтобы продемонстрировать клиенту высокий уровень предоставляемых услуг;

5. вовлеченность клиента. Потребитель сам оказывает значительное влияние на качество предоставляемой ему услуги.

Таким образом, имидж-консалтинг представляет собой услугу, оказание которой требует теснейшего взаимодействия с потребителем, охватывая практически все области его жизни, что необходимо для успешного сотрудничества.

УДК 687.1

ВЛИЯНИЕ СТИЛЕВЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА МОДНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Ю. Л. ГЕРАСИМОВА

Омский государственный институт сервиса

Одним из приоритетных направлений развития современного дизайна костюма является технология его изготовления. Если раньше технология работала на реализацию визуальной составляющей и не определялась напрямую стилистикой костюма, то теперь она часто выступает как самостоятельная ценность, сфера поиска нестандартных, оригинальных решений.

Это направление модных поисков начало развиваться в 1960-х, но обрело реализацию в 1990-х в контексте минимализма.

Минимализм явился естественной реакцией на избыточность и перенасыщенность визуальной среды 80-х. Экономический кризис и экологические проблемы начала 90-х привели к тому, что минимализм стал самым модным направлением во всех видах дизайна – от интерьера до костюма. Минимализм культивировал понятия меры и гармонии, «прозрачность» и недосказанность, простоту и адекват-

ность форм, материалов и технологий. Духовной основой минимализма стала восточная философия, особенно дзен-буддизм.

Отсутствие визуальной нагрузки, простота, крой, сдержанность цвета привели к тому, что внимание создателя и потребителя переместилось к необычности и качеству тканей, деталей и технологий. Инновации в технологии воспринимались как проявление духа времени. Жиль Сандер и Хельмут Ланг предложили наиболее ортодоксальный минимализм – сочетание самых простых форм и новых высокотехнологичных материалов и приёмов их соединения. Минимализм оказался в жизни даже более реализован, чем на подиуме, и именно технологические приёмы делают его уже более 20 лет актуальным и интеллектуальным стилевым направлением.

Еще одно стилевое направление, неразрывно связанное с технологическими поисками и нововведениями – гранж. Традиционные атрибуты стиля гранж – грубые состаренные и «застиранные», повреждённые материалы, необработанные или необычно обработанные швы, выглядящие растянутыми и разношенными вещи – искусная имитация, давшая начало огромному количеству новых технологий в изготовлении материалов, их соединении в изделия и последующей его обработке. Одежда в стиле гранж изготавливается из высококачественных, а зачастую и наукоёмких материалов. Все потёртости и дефекты тщательно намечены рукой дизайнера, а дыры, заплатки, неровные края, спущенные петли, торчащие нитки, кажущаяся несовместимость тканей и вещей – результат дизайнерского и технологического поиска, для осуществления которого потребовалось создание новой техники, способной осуществлять неведомые ранее задачи.

Футуристическое стилевое направление в моде тоже опирается на стремительное развитие новых материалов и технологий. Принципиально новое звучание тема футуризма получает в свете новейших научных достижений. Металлические эффекты, прозрачные пластиковые отделки, лощёные, морщинистые и складчатые поверхности тканей, плёночные покрытия с голографическим эффектом, новые композиции волокон, инновационная последующая обработка тканей и трикотажных полотен делают стилистику не менее очевидной,

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

чем конструкции, напоминающие о космосе или искусстве оригами.

Таким образом, именно 90-е годы сформировали в дизайне новое технологическое мышление. И теперь появление следующих стилевых направлений обязательно сопровождается технологическими поисками, а технология, наряду с формой, цветом, декором, стала стилеобразующим фактором.

УДК 792:687.1

ПОЛИКУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И МОДА

Э. В. ВАСИЛЬЕВА

Омский государственный институт сервиса

Поликультурная идентичность и её взаимосвязь с модой являются сегодня актуальной темой дискуссий в культуре. Современная эпоха расставляет новые акценты. Две общемировые, взаимообусловленные тенденции – глобализация и локализация – определяют характер взаимоотношений человека с миром. Интенсивность глобальных связей способствует быстрому распространению в разных регионах тех форм жизни (экономической, социальной, политической), тех типов культуры, ценностей, знаний, которые воспринимаются как наиболее оптимальные для удовлетворения личных и общественных потребностей. При этом сам процесс формирования потребностей, типов культурного и материального потребления, образов жизни также приобретает глобальный характер [1].

В связи с этим мода выступает инструментом социализации и идентификации личности, культурным регулятором, пронизывающий весь образ жизни человека сегодня. Модные тенденции распространяются с невероятной скоростью, стирая государственные границы, расстояния, социальные рамки, устоявшиеся традиции. Одним из важных событий, повлиявшим как на направленность социальной динамики сообществ в целом, так и на состояние национально-культурной сферы их бытия в частности, стала информационная революция второй половины XX века, в результате кото-

рой и начали формироваться глобальные информационные сети, которые объединили страны и континенты.

Нации, бывшие до недавнего времени сравнительно замкнутыми в информационном смысле (отгороженными от других сообществ языковыми, технико-коммуникативными, политико-идеологическими и иными изолирующими средствами бытия) стали более открытыми. Возросла их способность к взаимообмену культурными формами, появилась возможность формирования общепланетарных коммуникативно-деятельных систем [3, 4]. Мода с её категориями ценностей стала одним из видов коммуникативного языка между людьми разных национальностей, своеобразным маркером принадлежности к современной поликультуре.

Глобальная медиа-среда стала способствовать формированию поликультурной идентичности. Тем не менее, вероятно, глобальное сообщество никогда не сможет полностью удовлетворить потребность людей в адекватной принадлежности, не сможет стать полноценным сообществом, в силу присутствия в нём множества различных культур и традиций. Сущность процессов локализации состоит в том, что каждое общество и социальная группа берут из человеческого опыта те формы жизни, которые они в состоянии освоить в рамках своих экономических, политических и культурных возможностей. Кроме того, реакцией на глобализацию является инстинктивное стремление различных общностей к сохранению собственной идентичности [1]. Идентичность является результатом понимания человеком себя «как такового», устанавливаемого через выделения им для себя «значимых других». Базовым для формирования человеком своей идентичности является определение им своего отношения к «чужим» и, соответственно, к «своим».

Понимание человеком себя «как такового», как личности предполагает установление им как своего отличия от других людей, так и своего сходства с ними в соответствии с признаками, характеризующими его идентичность, что, в свою очередь, является совершенно необходимым условием для того, чтобы он оставался «самим собой» в изменяющемся мире. Каждый человек формирует свою иден-

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

[www.HYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu".HYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"dissercatHYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu".HYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"comHYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"/HYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"contentHYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"/HYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"fenomenHYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"-HYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"iHYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"identichnostiHYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"vHYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"-HYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"prostranstveHYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"iHYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"ixzzHYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"2HYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-](http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu)

[www.HYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"2HYPERLINK "http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu"phu](http://www.dissercat.com/content/fenomen-kulturnoi-identichnosti-v-prostranstve-kultury#ixzz2QUtg2phu)

2. Гришаева Т. А. Мода как феномен современной культуры [Электронный ресурс] Режим доступа – <http://www.dslib.net/teorja-kultury/moda-kak-fenomen-sovremennoj-kultury.html>

3. Концепция развития поликультурного образования в Российской Федерации. [Электронный ресурс] Режим доступа – <http://mon.gov.ru/work/vosp/dok/6988/>, свободный.

4. Макаренко И. А. Языковое поликультурное образование как фактор формирования толерантного сознания личности. [Электронный ресурс]. Режим доступа – http://www.pglu.ru/researches/konf/N4_lem.doc, свободный.

5. Пассов Е. И. Диалог культур: социальный и образовательный аспекты (статья вторая). Мир русского слова. № 2. 2001.

6. Сэмьюэлз Э., Шортер Б., Плот Ф. Идентичность: // Критический словарь аналитической психологии К. Юнга. М. : МНПП «ЭСИ». 1994.

УДК 687.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИМОВ МАКЕТИРОВАНИЯ КОСТЮМА В РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО ЗАМЫСЛА

Н. О. СОСНИНА

Омский государственный институт сервиса

Проектирование современного костюма требует от специалистов знания разнообразных приемов, методов и способов, позволяющих найти адекватное решение, соответствующее творческой задаче. Методы макетирования позволяют не только овладеть новой методикой проектирования костюма, но и использовать их в поиске нестандартных, оригинальных решений. Освоение методов макетирования позволяет решать проектные задачи нового уровня. В коллекциях многих современных дизайнеров представлены модели, в основе которых лежат сложные и нестандартные конструкции, полученные макетным способом. Привычные по названию детали костюма приобретают новое качество, новый вид. И самым ценным в этих моделях является то, что при всей нестандартности и оригинальности решений они сохраняют смысл и с точки зрения

© Н. О. Соснина, 2013

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

ассортимента, и с точки зрения названия и функции деталей.

Процесс макетирования неразрывно связан с этапом эскизирования. Именно в эскизах рождаются самые смелые идеи. Идеи не возникают сами по себе, ниоткуда. Они являются результатом переработки большого количества визуальной информации, позволяя сосредоточиться на определённой теме, что, в конце концов, составляет суть творческого замысла, концепции, как любят говорить современные проектировщики. В плоском изображении можно позволить смелую игру с формой, пропорциями костюма, количеством деталей, масштабом декора, фактуры. Используя приёмы гиперболизации, можно до необходимой степени обострить стилистику эскиза, добившись максимально точного эффекта в передаче смысла творческой идеи. А дальше наступает этап осмысления возможностей реализации данного замысла в материале. И именно в этот момент приёмы макетирования используются с наибольшей интенсивностью.

Поиск конструктивного решения модели на этапе макетирования делится на такие же стадии, что и этап эскизирования. Первая стадия – определение общих габаритов формы костюма, пропорций. Форма-эскиз в материале. На этом этапе проводится анализ возможностей формы в связи с фигурой человека. Форма становится объёмной. В этот же момент происходит выбор конструкции, которая будет являться базой для всех интерпретаций. На данном этапе не просто возможно, но необходимо проработать несколько вариантов конструкций и выбрать наиболее оптимальную, соответствующую авторскому замыслу. Важно не просто найти рациональное решение, а поймать все нюансы характера формы и конструкции костюма. Для поиска такого решения важно помнить, что можно использовать широкий спектр конструктивных и технологических приёмов: выточки, рельефы, подрезы, складки, драпировки и т. д. На этапе макетирования студент по-настоящему начинает понимать большие возможности каждого из этих приёмов. В какой-то момент в процессе воссоздания образцов известных дизайнеров или выполнение поисковых макетов, становится очевидным, что для определённой

формы, определённого объёма необходимо использовать выточки или подрезы определённого вида.

Очень часто манипуляции с тканью во время работы с макетом приводят к незапланированному, непредсказуемому конструктивному решению. Элемент случайности часто является ключевым. Вдруг на каком-то этапе замечаешь новый возможный вариант конструктивного или технологического развития идеи. Это явный сигнал о скрытых возможностях решения. Ни в коем случае нельзя пренебрегать этим, так как конечный результат может оказаться очень эффективным.

Следующая стадия – подробная проработка идеи, уточнение всех параметров формы и составляющих её элементов: крупных и мелких деталей. На этом этапе возможны, а чаще всего и необходимы проработки отдельных узлов в нескольких вариантах. Из найденных вариантов выбираются самые точные, выразительные, гармонично вписанные в общий контекст разработки. Помимо формата деталей, становятся понятными технологические особенности модели. Появляется возможность проанализировать все тонкости и нюансы конструкции в совокупности с функциональными и декоративными деталями и продумать способы выполнения в материале.

Одним из ключевых моментов в работе над реализацией творческого замысла является изучение опыта профессиональных дизайнеров. Поиск, отбор и анализ моделей-аналогов, безусловно позволяют выполнить проектную задачу на высоком уровне. Работа с аналогами не должна сводиться только к их фиксации, как примеров интересного решения. Необходимо выполнять в материале (макете) отдельные детали, фрагменты или формы целиком, чтобы понять явные и скрытые ресурсы разработки. Переработанный таким образом материал, способствует у студента формированию собственных конструктивных и технологических приёмов формообразования.

Таким образом, придерживаясь данной методики в период работы над проектом, возможно выполнять не только единичный дизайн, но и осваивать, развивать и применять все удачные интерпретации, которые возникли в результате работы над проектом.

УДК 677.075

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ НОВЫХ ФОРМ И ФАКТУР В СОВРЕМЕННЫХ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЯХ

Г. И. ДРОЗДОВА

Омский государственный институт сервиса

Сегодня трикотаж – это одежда для различных сезонов и любого назначения. Мода в трикотаже не подвержена столь частым изменениям, как в одежде из ткани. Если в одежде из ткани основную роль играют форма и конструктивные линии, то в трикотаже эти факторы не являются главными. Мода в трикотаже изменяется в основном за счёт создания новых структур трикотажных полотен, их орнаментального и колористического решения. Одной из задач в производстве трикотажных полотен является расширение ассортимента и улучшение их качества. Большое внимание при этом уделяется их дизайну.

Особенностью художественно-технологического проектирования в трикотажном производстве является то, что художественный образ в изделии из трикотажа создается не только художественными средствами, но и может быть выявлен всем строем материальной организации изделия: переплетением, пряжей, конструкцией и формой изделия. Они придают своеобразный облик изделию, создавая основу для формирования образа.

От всех видов материалов для одежды трикотаж отличается своей фактурой. Фактура трикотажа складывается в основном из особенностей доступного нашему восприятию рельефа её поверхности. Этот рельеф в одних случаях может быть выражен достаточно сильно, а в других сглажен. Кроме того, его строение может образовывать в той или иной степени правильный рисунок, а может быть совершенно беспорядочным, с различными по величине и форме хаотично расположенными элементами. В формировании фактуры участвует не только рельеф поверхности, но и порой с трудом улавливаемые факторы. Например, на

наше восприятие действует специфическое ощущение рыхловатости, плотности одних видов пряжи и нитей в отличие от жесткой плотности других. Фактура трикотажного полотна, изготовленного на вязальных машинах низких классов, тяжелее и массивнее, чем фактура полотна, изготовленного на машинах высокого класса.

В настоящее время происходит спад спроса на орнаментальные трикотажные полотна, образуемые такими переплетениями, как жаккардовые, цветные прессовые, футерованные, а также ажурные классических рисунков.

Среди трикотажа облегчённых рисунчатых переплетений широкое распространение будет иметь трикотаж неполных переплетений, особенностью которого является наличие пропущенных петельных столбиков. Пропуск петельных столбиков достигается исключением из работы части игл в определенные моменты работы вязальной машины, в результате чего образуются редкие полосы или просветы, следовательно, полотно приобретает рельефные или ажурные узоры. Для достижения других рисунчатых эффектов используется сочетание нитей разной толщины и пластических свойств.

Исходным сырьём для производства трикотажного полотна являются волокна. Поэтому присущие готовым полотнам потребительские, в том числе и эстетические свойства, прежде всего, зависят от видов и разновидностей использованных для их производства волокон (пряжи и нитей), с помощью которых можно образовать весьма большое число рисунчатых эффектов, структур, которые в большей или меньшей степени создают дизайн лицевой поверхности трикотажного полотна.

Если ранее для вязания массово использовалась полшерстяная пряжа, то на сегодня и в будущем времени имеют, и будут иметь преимущество нити из натурального (хлопок, лен, шерсть, пух) и искусственного сырья. Сейчас промышленность выпускает смесовую пряжу, где доля натурального сырья может составлять минимальный процент или отсутствовать совсем. Новые волокна не только разнообразят состав пряжи, но и улучшают её качество, а главное – каждый год появляются всё новые и очень интересные по цвету, виду и фактуре нити.

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

Анализ рынка современных трикотажных изделий показывает, что наибольшим спросом пользуются изделия, в формировании фактуры которых играет важную роль сырьё, его плотность, структура, состав, цвет. Различные сочетания пряжи позволяют получить на полотне разнообразные эффекты. Например, сочетание шелковистых блестящих нитей с матовыми придаёт полотну эффект мерцания, муара; фасонной буклированной пряжи с гладкой – ворсистую поверхность; пряжи с высокой линейной плотностью с низкой – разреженную поверхность полотна; меланжевой пряжи с гладкой – пёстровязанный эффект полотна; объемной пряжи или мохера с гладкой – пушистую поверхность полотна и т. д. Будут пользоваться популярностью полотна с сочетанием пряжи и нитей, отличающиеся не только структурой, но и цветом. В качестве базового переплетения могут использоваться не только гладкие (главные) переплетения, но и платированные. Однако для получения последних необходимо наличие на вязальных машинах специальных дополнительных устройства и механизмов.

Благодаря явлению пространственного смещения цветов при наличии двух или нескольких цветов получают множество цветовых оттенков; число их будет зависеть от плотности расположения цветочных петель, сочетания цветов и их количественного соотношения. Используя это явление, дизайнер может получать богатое цветовое разнообразие на орнаментальном полотне. Особенно его применение целесообразно, если ограничен выбор цветных нитей и пряжи.

В производстве трикотажных полотен и изделий чаще всего будут использоваться следующие виды волокон и пряжи:

- натуральное сырьё растительного происхождения: хлопок, лён;
- шёлковая пряжа изготавливается из отходов натурального шелка, которые очищаются от примесей, отвариваются и расщепляются на отдельные волокна (до 7 текс);
- вискозное волокно: искусственное волокно, вырабатываемое из древесной целлюлозы;
- альпака: натуральная шерсть, получившая своё название от разновидности ламы, обитающей в Перуанских Андах. Альпака обладает исключительными свойствами:

она легкая, мягкая, однородная и шелковистая, сохраняющая уникальный шелковистый блеск весь срок службы изделия; очень тёплая (в 7 раз теплее овечьей), с высокими терморегулирующими свойствами; прочная (в 3 раза прочнее овечьей), не подвержена скатыванию, сваливанию и заминанию; стойка к загрязнению и не вызывает аллергических реакций; в отличие от чешуйчатых и потому колючих волокон овечьей шерсти, волокна альпака гладкие и приятные на ощупь; она имеет самый большой диапазон естественных цветов (22 оттенка: от черного, серого, бордового, коричневого, кремового до белого);

- ангора: пух ангорских кроликов. Ангорская шерсть исключительно мягкая, очень тёплая и пушистая, с характерным нежным ворсом. Однако она имеет и свои недостатки: непрочное закрепление кроличьего пуха в пряже может стать причиной истирания материала; необходимость беречь ангору от чрезмерного намкания и чистить её только химическим способом;

- кашемир: тончайший пух (подшерсток) высокогорной козы кашемировой породы, обитающей в районе Тибета и в провинции Кашмир между Индией и Пакистаном. Разводят кашемировых коз также в Австралии, Новой Зеландии и Шотландии. Кашемировое сырьё состоит из нитей, толщиной всего 13–19 мкм (человеческий волос – 50 мкм). Кашемир настолько нежен, что любой оттенок, в который он красится, смотрится как бы сквозь легкую дымку. Основная характеристика кашемира – это его исключительная мягкость, легкость, способность сохранять тепло и отсутствие аллергических реакций на него;

- мериноская шерсть: шерсть, взятая с холки овцы мериноса. Шерсть мериноса однородна и состоит из очень тонких (13,5–23 мкм) и мягких пуховых волокон (у грубошерстных пород 23–35 мкм). Она длинная (длина шерсти годового роста 6–8 см), белая, теплая, обладает прекрасными термостатическими свойствами. За счёт естественных завитков она отличается упругостью;

- мохер: шерсть ангорских коз, обитающих в Турции (провинция Ангора), Южной Африке и США. Мохер – один из самых теплых и прочных натуральных материалов, при этом исклю-

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

чительно легкий и шелковистый. Его природный блеск устойчив и долговечен, он не исчезает после окрашивания. Ни одна шерсть не обладает таким великолепным длинным ворсом с устойчивым и долговечным природным блеском;

- люрекс: нить в виде блестящей узкой металлической полоски, покрытой фольгой, или в виде металлизированной пленки.

Использование новых видов пряжи и нитей позволит получить оригинальные по внешнему виду трикотажные полотна, различающиеся рисунчатými эффектами и удовлетворяющие требованиям, связанным с их свойствами, экономичностью изготовления их на одной и той же вязальной машине, без её сложной переналадки. Перечисленные виды сырья в большинстве своём не производятся в России, а импортируются из других стран, что является причиной их повышенной стоимости.

В настоящее время на вязальных машинах изготавливают самый разнообразный ассортимент трикотажных полотен – от тончайшего полотна до плотного меха. Одежда из него практична, удобна в носке, поскольку растягивается, не стесняет движений, не мнётся. При этом процесс изготовления трикотажа короче, чем ткани, производительность трикотажных машин гораздо выше, чем ткацких станков. В последние годы созданы высокопроизводительные плосковязальные машины с электронными системами управления, с большими рисунчатыми и технологическими возможностями, позволяющими изготавливать трикотажные полотна разнообразных переплетений и структур. Примером таких машин являются плосковязальные машины «Stoll», выпускаемые в нескольких классах. Современные плосковязальные машины «Stoll» имеют самые совершенные технические возможности, технологии и программное обеспечение вязания. Их использование позволяет экономически обоснованно организовать производственный процесс, минимизировать затраты на изготовление продукции, повысить рентабельность производства. Машины обеспечивают широкие ассортиментные возможности, гибкость в процессе изготовления: многообразие узоров, которое позволяет удовлетворить самые изощренные вкусы трикотажной моды, но рационально, с разумными расходами.

Изделия, выработанные на таких машинах, имеют высокие показатели качества и наиболее полно отвечают требованиям мировых стандартов. Глубокая переработка пряжи, которую обеспечивают эти машины, и полная адаптированность оборудования к специфике современного трикотажного производства заслужили высокую оценку российских специалистов. Данный вид вязальных машин может использоваться в массовом производстве трикотажных изделий либо в производстве изделий малыми партиями, однако является нерентабельным в производстве по индивидуальным заказам.

Одним из основных современных направлений в дизайне трикотажных полотен и изделий является декорирование трикотажа различными материалами, в том числе непряженой шерстью, фетром, разнофактурной пряжей в иглопробивной и смешанной технике. Декоративная отделка «фелтинг» – выбивание любого рисунка на изделии или полотне пряжей или непряженой шерстью – великолепная возможность добавить в изделия неповторимости, эксклюзивности и дорогого шика. С помощью этой техники можно изобразить как изящное кружево, так и целые картины с изображением природы или животных. Отделка «фелтинг» смотрится как неотъемлемая часть полотна, что даёт возможность придать необычность новому изделию, или его отдельным частям, в том числе дополнительную формоустойчивость (жесткость формы). Следует учитывать, что изделия с такой техникой отделки требуют бережного ухода.

Кожа, замша и мех – это великолепные отделочные материалы, с которыми отлично сочетается трикотажное полотно. При этом трикотажное изделие может не только украшаться отдельными элементами из этих материалов, но и соединяться с ними в деталях, что позволяет им оттенять или дополнять друг друга.

Популярной становится такая техника рукоделия, как гильоширование. Основные приёмы гильоширования напрямую к трикотажу не применяются, но и могут быть использованы в различных декоративных отделочных элементах (объёмные цветы, кружевные воротники, кружева для вставок и воланов, элементы аппликации и т. п.).

Особенностью изготовления регулярных трикотажных изделий является то, что их объёмная форма может быть получена непосредственно на вязальной машине, например, с помощью метода частичного вязания. Этот метод позволяет не только разнообразить форму основных деталей изделия, но и получить цельновывязанные с ним разнообразные дополнительные детали и отделку. Однако данный метод может быть применён не на каждом вязальном оборудовании: требуются специальные приспособления и механизмы.

Изменение моды в трикотаже происходит в основном путём изменения характера переплетений, рисунков, вида сырья, цветопластического решения, отделки, а также путём создания новых пропорций в композиции трикотажной одежды, новых форм. Новая мода, логически вытекающая из предыдущей, развивая и дополняя уже существующие формы, детали, линии, бережно сохраняет наиболее интересные и вместе с тем приемлемые для последующих лет предложения. Основная черта современной моды из трикотажа – это элегантная простота, удобство и утилитарность.

УДК 687.112

**РЕАЛИЗАЦИЯ
ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО
ПОДХОДА В ДИПЛОМНОМ
ПРОЕКТИРОВАНИИ
КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ
ПОДГОТОВКИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО
СПЕЦИАЛИСТА**

О. М. БУСЫГИНА

Омский государственный институт сервиса

Сегодня дизайн – это комплексная междисциплинарная проектно-художественная деятельность, интегрирующая естественнонаучные, технические, гуманитарные знания, инженерное и художественное мышление, направленное на формирование на промышленной основе предметного мира в чрезвычайно обширной «зоне контакта» его с человеком во всех без исключения сферах жизнедеятельности.

© О. М. Бусыгина, 2013

Современный дизайн в настоящее время нуждается в высококвалифицированных специалистах, способных в минимальные сроки быстро и качественно проектировать объекты, удовлетворяющие экономическим, технологическим и эстетическим запросам населения.

Высшее дизайнерское образование строится на основе единства теории и практики. Преддипломная практика студентов 6 курса специальности «Дизайн костюма» необходима для выполнения дипломного проекта. Она дает возможность применить теоретические знания, получить определенный опыт в реальном проектировании профессиональной среды, необходимый для выполнения дипломного проекта.

В процессе практической работы совершенствуются творческие навыки, отрабатываются приемы графики, происходит знакомство с технической документацией – ГОСТами, справочниками, каталогами, проектами, стандартами и др. Работа над конкретным заданием способствует развитию проектного мышления, творческих способностей, художественного вкуса.

Преддипломная практика может проходить на ведущих предприятиях различного уровня: домах мод, дизайн студиях, творческих лабораториях, проектно-конструкторские подразделения промышленных предприятий.

Одним из таких предприятий является российская компания ORBY, которая с 2002 года предлагает качественную детскую дизайнерскую одежду собственного производства, сочетая в ней практичные материалы, передовые технологии, красоту, комфорт и оптимальную цену. Компания производит как верхний, так и легкий ассортимент, а также линию денима, базовый ассортимент, fashion-капсулы, нижнее белье, чулочно-носочные изделия и фирменные аксессуары, то есть полный гардероб для детей и подростков от 0 до 17 лет.

Узкая специализация предприятия ORBY, ориентированная на производство только детской одежды и аксессуаров для детей, позволяет максимально удовлетворить запросы маленьких потребителей и создавать модные коллекции одежды, охватывая различные ценовые сегменты рынка индустрии детской моды. Благодаря размещению основной части производства

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

продукции на самых современных предприятиях Юго-Восточной Азии, компания значительно сокращает расходы на производство одежды, сохраняя при этом высокое качество, что дает ей возможность быть востребованной и конкурентноспособной на российском рынке. При производстве верхней детской и подростковой одежды используются современные высокотехнологичные ветронепродуваемые материалы с водоотталкивающими пропитками, а также эксклюзивная фурнитура. Каждая модель разработана российскими дизайнерами, поэтому продукция компании ORBY максимально соответствует требованиям отечественного покупателя.

Целью практики в условиях производства является знакомство со структурой предприятия (дом мод, дизайн-студия и т. д.), направлениями его творческой деятельности, экономическими показателями, условиями работы, участие в проектировании конкретного объекта на определенной стадии его разработки: эскизной, концептуальной, аналитической, исполнительской и т. п. Опыт практической работы в дальнейшем используется в дипломном проектировании.

Проходя преддипломную практику на успешных промышленных предприятиях, студенты приобретают реальный опыт работы в условиях определенных «творческих ограничений», связанных с конкретным техническим заданием предприятия (табл. 1).

Компания ORBY развивает три бренда: *Orby*, *Orby School* и *BOOM by Orby*. Студенткой гр. Дтб1 С. Ведерниковой в ходе дипломного проектирования разработана и внедрена в производство серия детских зимних курток на пуху и синтепоне, а также серия полукомбинезонов на мальчиках в возрасте от 1,5

до 12 лет для бренда *BOOM by Orby*. Бренд *BOOM by Orby* – «Народная марка». Серия единичных моделей зимних курток и полукомбинезонов для мальчиков состоит из трех линий: «Спорт», «Город» и «Осторожно – АВТОМОБИЛЬ!». Развитие серии строится на графике линий и цветовой игре деталей (рис. 1–3).

Таблица 1.

Техническое задание предприятия.
Ассортиментно-сырьевая матрица зима 2012/2013 марки *BOOM by Orby*. Верхний ассортимент (мальчики)

| Ассортиментно сырьевая матрица верхний ассортимент (мальчики) | | Сырьевая часть | | | | | | | | |
|---|--------------------------------|---|----------------|---------------|-----------------------|-------------------------|-----------|----------------------------|-----------------|---------------------------|
| | | общее: 1. натуральные опушки 2. присутствие капюшонов 3. удлиненные модели, закрытые горловины | | | | | | | | |
| Бренд | | BOOM | | | | | | | | |
| коллекция | | зима 2012/2013 | | | | | | | | |
| Вид ассортимента | Утеплитель (С-синтепон, П-пух) | Размеры | Кол-во моделей | Кол-во цветов | Тафетета PU milky | Тафетета принт PU milky | Болонь PU | Тафетета Rip Stop PU milky | Oxford PU milky | Oxford PU milky усиленный |
| куртка | С | 86–122 | 1 | 3 | спорт | | | | | |
| | | 128–158 | 3 | 3 | спорт база | | | база | | |
| | | 86–158 | 1 | 3 | база (аляска) | | | | | |
| | П | 92–158 | 1 | 3 | | | спорт | | | |
| Комплект (куртка, полукомбинезон) | С | 86–122 | 1 | 3 | игровой (К) | | | | П/К | вставки в П/К |
| | | 86–122 | 3 | 3 | спорт (К) база (К) | спорт (К) | | | П/К | вставки в П/К |
| | | 92–122 | 1 | 3 | | | | спорт (К) | П/К | вставки в П/К |
| | П (п/к-с) | 86–122 | 1 | 3 | П/К | | | | | |



Рисунок 1. Эскизы моделей серии зимних курток и полукомбинезона марки *BOOM by Orby* линия «Спорт»

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе



Рисунок 2. Эскизы моделей серии зимних курток марки BOOM by Orby линия «Город»



Рисунок 3. Эскизы моделей серии зимних курток марки BOOM by Orby линия «Осторожно – АВТОМОБИЛЬ!»

Как показывает опыт, выпускники, адаптированные к условиям производства во время производственной, преддипломной практики и дипломного проектирования являются более востребованными и конкурентноспособными специалистами на рынке труда.

УДК 332.146.2

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА НА РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ

Г. В. ДЕГТЯРЕВА

Омский государственный институт сервиса

Индустрия моды в современных условиях представляет собой сложный, многоуровневый механизм, включающий в себя:

- производителей сырья;
- производителей материалов, фурнитуры;
- производителей специального производственного оборудования;
- дизайнеров;

© Г. В. Дегтярева, 2013

• специализированные бутики, магазины, торговые сети;

• специализированные СМИ.

Главная цель этой большой и наукоемкой работы – удовлетворение потребительского спроса, в условиях жесточайшей конкуренции среди производителей. Для того чтобы обеспечить высокоэффективную и прибыльную деятельность, фирмы-производители модной одежды должны основное внимание уделять маркетингу, который является методологической основой организации производства и сбытовой деятельности предприятий модной индустрии.

Проведение маркетинговых исследований в области поведения потребителей и сегментирования рынка помогает сконцентрировать деятельность предприятий на проблемах рынка и является ключевым фактором успеха на рынке и получения прибыли.

В маркетинге современного рынка модной одежды изучение характеристик потребителей и покупательского спроса включает в себя анализ факторов, имеющих большое влияние на достижение поставленной задачи (создание продукции, наиболее полно отвечающей требованиям потребителей) – дизайн, стиль, сезонность, ценовые параметры, степень восприятия нововведений и т.д.

Маркетинг, как система управления, имеет ряд функций, основными из которых являются: комплексное изучение рынка с целью наиболее полного учета требований рыночного спроса и запросов потребителей, определение производственных возможностей предприятия на основе анализа полученных данных, определение оптимального ассортимента выпускаемой продукции и определение новых перспективных направлений деятельности, организация и стимулирование продаж.

Маркетинг как концепция управления разработкой, производством и реализации востребованных обществом товаров и услуг несет в себе системный подход к решению проблем получения максимального положительного эффекта для производителя и потребителя.

Предприятие, использующее концепцию маркетинга, считает, что оно знает нужды и потребности покупателей и удовлетворяет их более эффективно, чем это делают конкуренты. Следовательно получение определенной

прибыли обеспечивается не за счет навязывания покупателям произведенных товаров, за счет удовлетворения потребностей покупателей. Тем самым достигается сбалансированность интересов производителей и потребителей.

В условиях конкурентной борьбы успеха добиться может только то предприятие индустрии моды, которое творчески и нестандартно применяет концепцию маркетинга, постоянно ищет в ее рамках новые способы адаптации к постоянно изменяющимся рыночным условиям, активного воздействия на рынок и потребителей.

УДК 677.075

МЕТОД ЧАСТИЧНОГО ВЯЗАНИЯ – ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ПРИЕМ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

С. Б. КАТАЕВА

Омский государственный институт сервиса

Трикотаж, благодаря своим свойствам и способу выработки, очень благоприятный материал для дизайнерских экспериментов.

Для создания «правильных» трикотажных изделий необходимо знать свойства трикотажа, уметь чувствовать пластику полотна, грамотно подбирать пряжу по структуре и толщине. Важно понимать, чем трикотаж отличается от других материалов, и подчеркивать это. Гармоничное взаимодействие формы изделия и полотна – это главная цель при создании трикотажных моделей.

Потребность населения в модной одежде, в том числе из трикотажа, как правило, удовлетворяется за счет импорта изделий. Предлагаемые трикотажные изделия зачастую невысокого качества, причем определенная их часть изготавливается специально для России.

Ситуация среди российских дизайнеров, отдавших предпочтение трикотажу, складывается не очень благоприятно, в основном это скучные и старомодные вещи. Создать действительно стильные, современные изделия удастся не многим. Это обусловлено уровнем моды и дизайна в России в целом, и тем, что трикотажная индустрия пока имеет отрицательную динамику.

© С. Б. Катаева, 2013

Исправить эту ситуацию можно, предлагая абсолютно новое прочтение трикотажа, делая акцент на поиске новой формы, ставя новые технологические задачи.

Суть метода частичного вязания (ЧВ), или метода укороченных рядов, кроется в его названии, то есть вязание не на всех иглах, участвующих в процессе петлеобразования. Этот прием известен давно и традиционно используется для вязания пяток и мысков чулочно-носочных изделий, создания выточек в традиционных местах, вязания изделий в поперечном направлении (береты, юбки и др.).

Многие дизайнеры использовали частичное вязание для создания единичных изделий и коллекций. Метод частичного вязания применялся дизайнерами для создания фактуры полотна из остроконечных элементов, чередованием объемных треугольных элементов и вязания плоского полотна с криволинейной сменой цвета.

Практическое использование технологического приема привлекает в разнообразии эффектов получаемых фактур трикотажных полотен, в простоте их изготовления.

Это перспективное направление позволяет работать с формой, с фактурой и с переплетением. Используя ЧВ, можно получать плоские полотна и объемные элементы.

Интересны полотна с зигзагообразным и петельными столбиками, которые соединены между собой протяжками, с плавными линиями смены цвета (рис. 1). Вывязывание зигзагообразных линий позволяет как создавать рисунок внутри полотна, так и задавать фигурную форму краю полотна.



Рисунок 1. Образцы трикотажных полотен

Объем в полотне создается вязанием элементов «пятка» и «выточка». Элемент «пятка» можно получать различной формы: симметричной и со смещенным центром, что по-

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

лучается при более активном выключении игл в нерабочее положение с одной стороны. Более удлиненная форма достигается путем увеличения количества рядов, приходящихся на работу с одной иглой, с усеченными вершинами, которые получили, оставив в работе определённое количество игл.

Рассматривая возможности работы с «пяткой», можно выделить два направления – использование единичных или множественных элементов. Работа с множеством «пяток» направлена на создание фактуры полотна. Полотно можно получать при вертикальном направлении вязания и при горизонтальном. Для получения различных рельефов можно зафиксировать вершины «пяток».

Ещё один вариант использования ЧВ – вязание элементов по типу бахромы на неизменном количестве игл. Длина элементов бахромы не ограничена. На рисунке 2 представлены варианты полотен с объёмной фактурой.



Рисунок 2. Образцы трикотажных полотен с объёмной фактурой

Единичные «пятки» можно использовать как элементы костюма.

Объёмные треугольники превращаются в воротнички, френчские «хвостики» (рис. 3). Элементы большего размера можно использовать как цельновязанные карманы. Форма карманов может быть разная – треугольная, округлая, прямоугольная. Они могут размещаться как на лицевой, так и на изнаночной сторонах изделия. При размещении кармана на лицевой стороне необходимо провязать петли вручную дополнительной нитью в предполагаемом месте входа в карман, после ВТО вытянуть эту нить и загрузить открытые петли.

Главное преимущество вывязанной вытачки – создание объема внутри полотна без подкроя и швов. Привлекательность вытачки в том, что внутри полотна она может быть любого размера, располагаться в любом

месте и ее можно вывязать цельным полотном без швов.

Помимо традиционного использования, объем с помощью вытачки можно создавать в местах, обусловленных только дизайном – в области плеча, локтя, колена и др. Используя не встречные вытачки, можно получать различную конфигурацию детали полотна, например, вывязав вытачку можно изменить линию низа, если это несколько подряд вытачек, что позволяет создать излишек полотна, который можно использовать как зафиксированную или свободную драпировку. При полном понимании технологии и при нестандартном подходе к ней можно получать уникальные вещи.



Рисунок 3. Использование частичного вязания как элемент костюма

Очень удобен способ ЧВ при регулярном вывязывании изделий для оформления линии горловины, проймы, оката и др. В этом случае иглы выключаются из работы в ПНП согласно контуру, а петли на них остаются. Затем все иглы включаются в работу и вяжут несколько рядов, что позволяет получить цельновязаную бейку.

Метод ЧВ можно использовать при вывязывании объёмных кос.

Перекрещивание группы петель внутри полотна традиционным способом ограничено длиной петли. Можно получать элементы только при использовании группы петель 3x3, при большем количестве петель в группе происходит обрыв нити. При ЧВ ширина элементов косы не ограничена и количество их может быть различным (сложные косы).

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

В статье приведены лишь основные элементы, для изготовления которых используется метод частичного вязания, на основе которых можно создавать множество других вариантов. Внутри каждого приема можно работать по традиционным композиционным направлениям – масштаб, ритм, пропорции. Смена цвета и состава пряжи, размера, ритма, формы элементов поможет придать новое звучание моделям трикотажной одежды.

Сам по себе метод – это лишь технология, используя которую можно получить самые современные виды пряжи, актуальные цвета, экспериментировать с формой изделий, использовать нетрадиционные материалы, комбинировать трикотаж с другими видами текстиля, декорировать изделия соответственно веяниям моды, использовать различные стилевые решения в коллекциях позволит значительно расширить ассортиментный ряд трикотажных изделий. Сам метод всегда будет актуален, потому что это не модный тренд, не сиюминутное явление, а проверенный временем приём, который вдохновляет дизайнера на новые идеи. Это очень интересное, свежее, перспективное направление в трикотаже.

УДК 681.01

БИОНИЧЕСКИЙ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ

Е. В. ФИЛАТОВА

Омский государственный институт сервиса

Осмысление разумного баланса в отношениях человека и природы – насущная необходимость. Поиск такой взаимосвязи и зависимости общества от природы невозможен без уяснения соотношения, в котором они сегодня реально находятся, а также веса каждой из этих составляющих. Человечество, обладающее огромным техническим и творческим потенциалом, несмотря на всю свою сегодняшнюю мощь и независимость, неразрывно связано с природой и не в состоянии существовать и развиваться вне ее, прежде всего, вне окружающей среды. Все материальное производство,

© Е. В. Филатова, 2013

позволившее человеку выделиться из природы, базируется на природной составляющей, которая имеет для человека не только утилитарное, производственное значение, но также и оздоровительное, нравственное, эстетическое, научное, творческое. Зависимость материального производства и жизни общества от природы в свою очередь накладывает определенные ограничения на деятельность человека. Они касаются, прежде всего, разумного, рационального воздействия общества на природу в процессе общественной жизни и ставят вопросы экологии очень остро во многих областях человеческой жизнедеятельности, в том числе и в дизайне.

Подход, радикально пересматривающий средства, методы и ценности дизайнера, стал одним из причин формирования нового направления в дизайне – экодизайна. Экологическое направление в дизайне связано главным образом с этикой профессиональной деятельности, с изменением целей и задач дизайнера в современном мире, не имеющем четко обозначенных границ. Оно ориентировано на гармонизацию отношений человека с окружающим миром, формирование и развитие особой экологической культуры, воспитание общества в духе природосообразности, правильного образа жизни.

Основные приоритеты в экодизайне:

- смещение от совершенствования формы и функции в сторону пересмотра материалов и технологий с точки зрения экологии;
- сокращение избыточного количества продуктов, изменение потребительских требований;
- максимальная экономия природных ресурсов;
- максимальная экономия материалов;
- использование возобновляемых энергетических ресурсов;
- достижение долговечности изделия.

Живая природа с незапамятных времен служила человеку источником вдохновения в его стремлении к научному и техническому прогрессу. Начав с изучения внешней, наблюдаемой стороны творений природы, с копирования того, что было доступно непосредственно созерцанию, человек в дальнейшем стал вникать в сущность вещей и процессов окружающего мира, научился вскрывать их глубокие взаимосвязи, познавать законы природы и, опира-

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

... на добытые знания, перешел к преобразованию познанных вещей и процессов в соответствии с запросами практики.

В науке сложилось новое направление – бионика, задачей которой является использование результатов изучения конструкций и процессов в биологических объектах для совершенствования существующих и создания новых, более совершенных приборов, устройств и машин. Сегодня дизайн – это комплексная междисциплинарная проектно-художественная деятельность, интегрирующая естественнонаучные, технические, гуманитарные знания, инженерное и художественное мышление, направленная на формирование на промышленной основе предметного мира в чрезвычайно обширной «зоне контакта» его с человеком во всех без исключения сферах жизнедеятельности. Одним из важнейших условий оптимального функционирования искусственной среды, а значит и продуктов дизайна, является органичное единение ее с природной средой. Решение комплекса проблем, связанных с установлением их гармоничных отношений, предполагает постоянное взаимопроникновение этих сред. Это взаимопроникновение выражается в разработке систем дизайна, аналогичных по своим физиологическим свойствам природным системам, в формировании единого формообразующего начала на основе выявления специфики структурно-функциональных отношений объектов природы и дизайна посредством оптимизации использования природных ресурсов и материалов.

«Бионика» (от греч. βίφп - «элемент жизни», буквально – «живущий») – наука, решающая инженерные задачи на основе моделирования структуры и жизнедеятельности организмов. Гармоничное взаимодействие природной и искусственной среды возможно установить по следующим основным направлениям бионического дизайна: инженерная бионика, архитектурная бионика, бионика в интерьере, бионика в дизайне костюма.

Инженерная бионика – это дисциплина, в рамках которой ориентирующиеся на биологию инженеры используют созданные в течение миллионов лет эволюции механизмы оптимизации, что экономит человеку время на изобретение и эксперименты. Сфера деятельности биоинженерии простирается от создания

сложных технических объектов, медицинского оборудования до разработки генетически модифицированных организмов и молекулярного конструирования.

Архитектурная бионика исследует законы функционирования и формообразования объектов живой природы (биологических объектов) с целью применения их для совершенствования архитектурных решений, формирования комплексных архитектурных и градостроительных систем, гармонизации взаимосвязи архитектуры и природной среды. Архитектурная бионика идёт от изучения всей неисчерпаемой сокровищницы природных форм к определяемому социальными потребностями выбору самых подходящих из них, от выявления чисто бионических принципов и их моделирования к комплексной архитектурно-биологической интерпретации и скорректированному архитектурному моделированию, а от них – к творческому развитию архитектурно-бионической практики.

Бионика в интерьере – новое стилевое течение, тесно связанное с природой и наукой в своём художественном образе. Стремительное развитие строительных технологий и материалов, а также повсеместная урбанизация послужили почвой для развития этого наиболее органичного в своих формах и в то же время высокотехнологичного по духу стиля. Стиль «бионика» по праву можно назвать наиболее прогрессивным, а также и самым близким к природе, так как он стремится подражать в формах естественной среде. На производстве задействованы самые современные технологии. Характерные черты бионики в интерьере – это плавные линии, оперирование крупными массами, перетекающее пространство, наполненность светом и воздухом. Этот стиль способен оставлять максимум свободы в обращении с пространством и формой.

Бионика в дизайне костюма основывается на следующих направлениях:

- изучение взаимодействия между уровнями бионики и структур костюма;
- определение бионических принципов формообразования костюма, их влияние на моду, стиль, промышленное производство;
- выполнение систематизации и классификации структур костюма, подобных бионическим аналогам;

• выявление специфики трансляции элементов, мотивов, ассоциаций живой природы в костюме;

• совершенствование методов художественного проектирования костюма на основе использования закономерностей бионики;

• создание перспективных структур и форм костюма на основе закономерностей бионики;

• освоение принципов структуры бионических объектов, их анализ и трансформация в процессе проектирования костюма.

Исследование принципов бионических закономерностей, разработка теоретических методов, определяющих тенденции развития современного костюма, откроет новые возможности развития современной модной промышленности.

С развитием технологий и появлением новых материалов возможности использования бионических форм в дизайне становятся практически безграничными. Важность изучения бионики неоспорима, так как она является неотъемлемой частью дизайна. Знание бионики необходимо для успешной работы на рынке современного дизайна, а также для работы в будущем.

Природа открывает перед инженерами и учёными, дизайнерами бесконечные возможности по заимствованию технологий и идей. Природные богатства служат естественной основой материального производства и жизни общества. Но обществу необходимо перестроиться, отказаться от привычных, унаследованных от прошлых поколений стандартов в отношении к природе. Необходимо сформировать экологическое сознание, которое должно проникнуть во все области науки, техники и производства и изменить их так, чтобы они способствовали выживанию человечества, а не его гибели. Нормы бережного отношения к природе, ставшие внутренней потребностью, могут сыграть важную роль в решении экологических проблем и позволят дальше использовать природу как источник для творчества.

УДК 687.01

АВТОРСКИЕ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ОБУЧЕНИЯ

Е. В. АЗИЕВА

Омский государственный институт сервиса

В любом виде искусства композиционное мастерство является основой творческого процесса, в котором единство и целостность формы художественного произведения обусловлены его содержанием.

Дизайн является важным фактором формирования предметно-пространственной среды и образа жизни, в сфере дизайна сформировалось новое мышление, которое стало признаком гуманитарного экологически ориентированного сознания, стимулом обновления профессиональных средств и методов. На первый план выходят задачи развития образно-ассоциативного мышления, интенсификации творческого процесса, ориентации на генерирование новых идей, воссоздания в современных проектах культурных и национальных традиций. В современных условиях требуется специалист, ориентированный на эксперимент, сознательно ставящий перед собой определенные задачи при проектировании одежды и способный с помощью самых разнообразных методов решать эти задачи.

В творческом процессе дизайна современной одежды решающая роль принадлежит композиции. Работа над композицией представляет собой процесс образного мышления дизайнера, его представления, реализуемые в конкретном художественном произведении. Такой род деятельности предполагает наличие у специалиста способностей и интуиции, основанной на трудолюбии и богатом визуальном опыте.

“Пропедевтика” является ведущей специальной дисциплиной, определяющей все основы деятельности будущего специалиста. Изучение закономерностей композиции помогает грамотно, с учетом творческой индивидуальности художника использовать выразительные

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

средства изобразительного и декоративно-прикладного искусства в практической работе, сокращает путь поиска наилучшего решения.

Курс “Пропедевтика” имеет большое значение для развития образного мышления студентов, подготовки их к самостоятельной творческой работе. Основной целью дисциплины является формирование знаний студента для обеспечения наиболее качественного применения их в сфере индустрии моды. Начальный курс по основам графического моделирования – пропедевтика – содержит основополагающие задания, раскрывающие основные закономерности композиции. Разработана методика с использованием достаточного информационного материала.

В изложении материала сделан акцент на приоритет творческого начала, когда образная сторона определяет техническую. Подробно рассматривается большой объем теоретических вопросов не для того, чтобы студент слепо следовал догмам, нормам и правилам, а с целью научить умело и свободно пользоваться ими для точной и качественной реализации авторских идей. Ибо только доскональное знание предмета своей профессиональной деятельности дает полную свободу на пути самовыражения.

Каждая тема программы включает теоретическое обоснование рассматриваемой учебной задачи. На практических занятиях решается задача формирования у студентов способностей к творческой работе. Выявлены наиболее значимые упражнения для развития образного мышления и отработки навыков работы с композиционными средствами.

Выполняя задания, студенты приобретают начальные профессиональные умения:

- применять системный метод анализа и синтеза;
- управлять заданными средствами;
- оценивать свою работу по заданным критериям.

Задания по основам композиции даны последовательно от простых к более сложным. Творческий поиск ведется на основе графического метода формообразования с использованием комбинаторных методов, методов трансформации, превращения, стилизации. Практические упражнения не ограничиваются сферой геометрических форм и структур, и в качестве

творческих источников используются природные биоформы, архитектурные объёмы, инженерные решения.

Курс пропедевтики вводит студентов в специфику будущей деятельности на примере комплексного рассмотрения задач, знакомит с основами творческого процесса. На первый план выходят задачи развития у будущих дизайнеров образно-ассоциативного мышления, включения в учебный процесс ориентации на смысловое содержание формы, внимание к образной выразительности продуктов дизайна и игровым моментам. Методика преподавания основана на постепенном движении от простых к более сложным композиционным задачам.

Начальная профилирующая дисциплина “Пропедевтика” решает задачи поставленные на производстве перед художниками-орнаменталистами. Курс включает теоретическую и практическую подготовку. Теоретические знания и практические навыки композиции, получаемые на занятиях по специальным предметам, углубляются в процессе самостоятельной учебно-творческой работы. Для развития профессионального эстетического вкуса, наблюдательности, зрительной памяти, самостоятельности учебно-творческая работа студентов играет огромную роль.

Когда содержание самостоятельных занятий студентов в мастерских под руководством преподавателя не связано с академическими заданиями, то студенты могут осуществлять своего рода экспериментальную деятельность в соответствии со своими личными планами, склонностями, интересами. Здесь студентам предоставляют широкие возможности для проявления инициативы, самостоятельности, творческой активности, проведения поисков изобразительных средств, методов решения возникающих задач.

Повышение качества подготовки специалистов требует нового творческого подхода к организации учебного процесса, разработке и применению новых, более эффективных форм и методов обучения студентов. Вот почему наряду с традиционными видами занятий используются активные методы обучения: проблемное обучение, учебные дискуссии, деловые игры, анализ конкретных ситуаций, разыгрывание ролей и т. д.

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

Главное направление совершенствования методов обучения – это поиск и разработка таких форм, которые наилучшим образом активизируют познавательную деятельность студента.

С точки зрения активизации познавательной творческой деятельности, обучение в традиционном варианте неадекватно будущей профессиональной деятельности специалистов. Именно поэтому в последнее время проявилась тенденция профессионализации обучения, приближения вуза к производству, моделирования в обучении содержания целостной профессиональной деятельности специалиста.

Предметный и социальный контексты будущей профессиональной деятельности в наибольшей мере представлены в игровых формах и методах обучения, реализующих возможность имитации той среды, в которой предстоит работать будущим специалистам с рассмотрением конкретных целей, задач и проблем предстоящей деятельности.

Занятие с использованием деловых игр целесообразно планировать и организовывать с учетом нарастающей сложности как учебного материала, так и применяемых методов его изучения: от индивидуальной работы к коллективной выработке решений, выводов и обобщений. Практика показала, что наибольший эффект в обучении достигается, если вовлечение студента в активную деятельность обосновано и мотивировано преподавателем, а у студента пробуждается интерес к этой деятельности [1].

Деловая игра является оправданной формой процесса обучения в вузе, начиная с первого курса. Она максимально сближает обучение с жизнью. При этом решается одна из важнейших задач высшей школы – укрепление межпредметных связей. Одновременно всё нацеливается на активизацию творческого подхода к постоянному профессиональному совершенствованию.

Учебная игра является элементом учебного процесса, регламентированного программным содержанием подлежащего изучению материала. Поэтому перед разработкой игры следует, в первую очередь, задаваться вопросом: изучению какого материала посвящается игра? Преподаватель из квалификационной характеристики учащегося формирует и развивает тему в интересах конечной цели обучения. При этом следует общую цель обуче-

ния в игре представить с трех её взаимосвязанных сторон: образовательной, развивающей и воспитывающей [2].

Тематика деловых игр по курсу “Пропедвтика” может быть следующей: зрительные иллюзии в дизайне (костюм, текстиль, единичные изделия), композиция знака, знак, символ, пиктограмма и др.

В основу деловых игр положен ряд модификаций методов активизации творческой деятельности, известных под названиями “Метод мозгового штурма”, “Метод морфологического анализа”.

Организация и проведение игры включает в себя три последовательно осуществляемых этапа: организационно-подготовительный, заключительный, игровой.

Основные достоинства деловых игр заключаются в следующем: максимальное приближение обучения к реальным производственным условиям в результате их воспроизводства или трансформирования, чтобы выделить наиболее актуальную организационно-экономическую или техническую проблему; широкая самостоятельность участников игры, которые сами принимают решения и разрабатывают стратегию и тактику в управлении подчиненными подразделениями игрового комплекса.

Указанные особенности активных методов обучения определяют критерии эффективности их применения: экономия учебного времени на формирование знаний, умений и навыков; уменьшение стоимости учебного процесса; увеличение количества и повышение качества приобретенных умений и навыков; сокращение времени адаптации молодого специалиста в реальных производственных условиях и др.

Деловая игра вызывает у всех её участников высокий эмоциональный подъем, формирует важные социальные установки и практические принципы руководящей деятельности и пробуждает стремление к нахождению наиболее эффективных новых путей в реальных ситуациях, характерных для деятельности дизайнеров.

Курс дисциплины “Специальный рисунок” является сопутствующим специальному курсу “Пропедвтика”. Он направлен на развитие творческого мышления и приобретение навыков владения различными графическими выразительными средствами.

Основной задачей курса “Специальный рисунок” является подготовка студентов к разработке конкретных объектов графического дизайна. Курс данной дисциплины направлен на развитие творческого мышления и приобретения навыков владения различными графическими выразительными средствами.

Овладение искусством рисунка как основы реалистического и декоративного изображения окружающей нас действительности является очень важным аспектом в специальной подготовке дизайнеров по костюму. Изобразительная грамота, углубленное и всестороннее изучение специальных предметов подразумевают совокупность знаний и навыков, получаемых в результате исследования основных положений изобразительного искусства. Она предусматривает знание законов и правил изобразительного языка в сочетании с твердыми навыками пользования ими.

Определение проблемы, целей задач работы являются началом, за которым следует этап поиска художественных выразительных и изобразительных средств. И чем шире у художника диапазон этих средств, тем успешнее результат, так как разнообразие объектов дизайна требует многоплановости их выражений.

Изучение приёмов работы разными материалами рисунка прежде всего связывается с этапами обучения, содержанием и особенностями выполнения заданий. Материалы и графические выразительные средства избираются в зависимости от комплекса поставленных задач.

Владение специальными приёмами и навыками помогает наиболее плодотворно пользоваться многочисленными возможностями графических материалов и инструментов. Необходимо учитывать, что каждый материал имеет свою выразительно-изобразительную специфику, свои изобразительные возможности.

Разработана специальная методика с использованием достаточного информационного материала, определены наиболее значимые упражнения для развития образного мышления и отработки навыков работы с композиционными средствами. Каждая тема программы включается теоретическое обоснование рассматриваемой учебной задачи.

Помимо композиционных задач в упражнениях осваиваются изобразительные средства техники, материалы графики, что способствует в последующих заданиях получению вариантов образного решения объекта творчества.

Следовательно, методика должна ориентировать студентов на творческое применение знаний, умений, навыков в разнообразных условиях, а не на пассивную их фиксацию как таковых.

1. Касимов З. Я. Педагогические требования к организации учебных деловых игр с помощью автоматизированных систем / М.: Знание, 1985. 214 с.
2. Прохоцкий Г. Т. Деловые игры в структуре учебного процесса: сб. статей / Минск. 1982.

УДК 687.01

РАЗВИТИЕ СТИЛЕВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ МОДЕ

Г. В. ПЕРШУКЕВИЧ

Омский государственный институт сервиса

Модельеры ищут путь к каждому сердцу независимо от взглядов, положения и состояния того, кому оно принадлежит. Для достижения взаимопонимания с потребителем используется самый разнообразный материал. История, социальные и художественные движения, даже психологические настроения становятся предметом освоения дизайнеров.

М. Н. Мерцалова – историк моды – писала: «Способность художника абстрагировать художественную идею от конкретной формы исторического или народного костюма и дать этой идее новую жизнь, уловить возможные точки соприкосновения прошлого и настоящего и языком современного искусства выразить найденное в образном решении костюма современника – эта редкая способность свойственна лишь настоящим талантам».

Любая традиция определяется отношением к ней народа или группы. Главное наполнение традиции – это сам факт ее отбора как особенно ценного, того, что в силу этой ценности нельзя позволить себе утратить. «Традиция

© Г. В. Першукевич, 2013

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

не лежит упакованная в шкафу и не ждет, когда ее достанут, отряхнут с нее пыль и начнут ей следовать. Она скорее избирается и даже моделируется в соответствии с самой исторической ситуацией, причем, каждый этнос, каждая страата общества, каждая субкультура моделирует ее по-своему, выбирая из традиции то, что наиболее соответствует необходимости времени и ментальности народа или группы» [1, с 132].

А. Гофман упоминает о таком способе инновации в моде, как обновление через актуализацию традиций, отмечая, что данное направление не изобретение современности. [2, с. 43]

Популярность ретро-стиля с каждым годом растёт, интерес к этому стилю не исчерпывается десятилетиями. Возможно, так происходит потому, что ретро, как никакой другой стиль, даёт возможность женщине почувствовать себя актрисой, в той или иной степени.

В любой период своего развития мода зачастую сочетает ретроспективные и прогрессивные, новаторские идеи. Ретроспекция всегда связана с некоторой долей стилизации художественных форм, использованием элементов исторических стилей, историко-культурными аллюзиями, ассоциациями. Заимствование ретро-элементов в моде – тенденция конца 20 века, заключающаяся в направленности художественного мышления в моде назад, в прошлое. Появление ретро-стилей тесно связано с закономерностями развития моды. Эти стили ориентируются на уже известные в прошлом образы, связанные с определенным костюмом в комплексе с причёской и аксессуарами.

Творческое развитие тенденций ретроспективности в моде привело в истории костюма к созданию отдельных ретро-стилей, явившихся естественным отражением потребности вспомнить «хорошо забытое старое», соотносить с ним современный эстетический идеал. Художественное мышление всегда обращается к прошлому, поскольку оно обеспечивает духовное единство людей во времени и пространстве, непрерывность и преемственность идей.

Исторический материал является одним из основных источников вдохновения для создания новых продуктов дизайна и может включать в себя следующие составляющие:

- образы изобразительного и прикладного искусства, народного творчества различных исторических периодов и народов;

- архитектура;
- литературные образы, кино, музыка;
- исторический и народный костюм;
- образцы сложившихся стилевых направлений в костюме.

Каким образом формируется интерес к изучению и использованию исторического материала в дизайне костюма? Можно назвать ряд весомых причин, которые заставляют молодежь обратить внимание на ретроспективные направления в развитии модного костюма:

- присутствие исторических и ретро-направлений в трендах каждого сезона благодаря работе признанных дизайнеров;
- привлекательность ручной работы или технологических приемов для поиска новых идей декора костюма;
- определённая эмоциональная составляющая эстетических образов прошлых эпох, позволяющая добиться особой выразительности стиля;
- смысловая и историческая окраска костюма, созвучная настроениям современного общества;
- поиск индивидуальности, уникальности, поиск для создания стиля «вне моды»;
- интерес к вечным ценностям, поиск подлинности в жизни и искусстве;
- развитие уличных стилей костюма;
- возможности создания большого количества микс-стилей, основанных на историческом и ретро-направлениях;
- привлекательность качества и приёмов использования разнообразных аксессуаров костюма ушедших времён;
- развитие сценического костюма современных видов искусства;
- развитие молодежных субкультур, использующих для создания обязательного имиджа исторический и ретро-костюм;
- развитие современных форм трансляции культурной традиции.

Авторской концепцией является выявление новых вариантов индивидуального стиля в ретро-направлении. Новый стиль достигается путём диффузии нескольких стилевых направлений современной моды.

Острота и выразительность достигается благодаря обращению к ярким явлениям современной визуальной и шоу-культуры, поиску интересного эстетического ретро-образа и

выбора актуальных тенденций современной молодёжной моды. Такой проект призван решить проблему создания вечернего молодёжного костюма, соответствующего создаваемой концепции авторского стиля.

На данный момент интересным для развития является стиль «нуар», который прекрасно модифицируется в соответствии с сегодняшними реалиями. Наряду с явлениями субкультур 80-х и 70-х, таких как «панк», «глэм-рок», уже перешедшими в разряд «ретро», «нуар» подходит для преобразования его так же и в область luxury-направления.

Так же как использование элементов стилей «глэм-рок» и «панк» в современной моде, с целью придания некоего ощущения молодой энергии и эпатажа, стиль «нуар» способен придать создаваемым образам элементы драматизма и театральности. Такой подход близок женской артистичной натуре, позволяет варьировать и играть с образами и модой в соответствии со своим настроением, желаниями и задачами. Когда мы облачаемся в определенный костюм, мы начинаем разыгрывать определенную роль, и именно это подчеркивает театральность стиля «нуар!» и как неотъемлемой его части – выделение носителя как главного действующего лица.

Стоит отметить тот факт, что в тенденциях мировой культуры стала развиваться тема комиксов, а именно их экранизации. На данный момент кинокомикс представляет собой проект, который в первую очередь показывает свою дороговизну, помпозность, гротескность. Жанр комикса привлекает не только своей визуальной составляющей – гротеском, графичностью, динамикой, но и смысловым наполнением. Истории о супергероях вдохновляют зрителя быть более смелым и самоотверженным, вселяют уверенность в свои силы и помогают вспомнить, что в каждом человеке живет герой и «когда жизнь бросает вызов, оказывается, в нас сокрыто столько сил и любви, что у Зла не остается шансов». Если рассматривать стиль «нуар» в одежде сквозь призму комиксов, можно увидеть такую сторону этого стиля, как прохождение человека сквозь жизненные испытания или духовные метания, приобретение им зрелости. Именно с помощью «нуара» в поп-культуре стали показывать образ человека, который, проходя через опре-

деленные проблемы, становится только крепче (в духовном смысле), становится более зрелым.

Основные черты стиля «нуар» подчеркивают целостность и самодостаточность своего героя, именно это и делает данное направление уникальным и антивременным, не способным к деструктивным изменениям во вред продукту.

1. Чернявская Ю. В. Народная культура и национальные традиции / Минск, Беларусь, 2000. 170 с.
2. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения/ 3-е изд. СПб. : Питер. 2004. 208 с: ил.

УДК 688.788

ПРИЕМЫ ДЕКОРАТИВНОГО ОФОРМЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ КОСТЮМЕ

Л. А. КЛЕВАКИНА

Омский государственный институт сервиса

Костюм во все времена был своеобразным носителем информации о своем хозяине, его социальном и имущественном положении, художественном вкусе и др. Поэтому отношение к одежде никогда не сводилось лишь к практическому интересу.

Одной из существенных функций костюма является эстетическая функция. Даже в первобытном обществе человек относился к одежде не только как средству защиты от климатических условий, но и как к возможности сделать свою внешность более привлекательной в глазах соплеменников, привлечь к себе внимание.

Костюм как предмет материальной культуры призван выполнять эстетическую функцию: удовлетворять естественные и свойственные только человеку потребности в созидании прекрасного. Превратить функциональную бытовую одежду в художественно выполненный костюм позволяет ее декоративное оформление.

Особый декоративный эффект создает отделка костюма при помощи складок, защипов, рельефов, воланов, рюш, оборок и других элементов. Эта отделка не требует использования дополнительных материалов – красителей,

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

нитей, отделочных тканей и прочего, а связана с искусством технологической обработки изделий.

Такая отделка отличается простотой и изяществом, кроме того, она, зачастую являясь средством создания формы, членения ее на отдельные части, неразрывно связана с конструкцией изделия и в значительной степени определяет расход материала.

В современной одежде также весьма распространены украшения деталями, выполненными из отделочной ткани или специальных материалов – кружева, тесьмы, шнура, бахромы, лент и др. Отделка этими материалами довольно легко выполняется и может с успехом заменить в нарядном костюме трудоемкую и дорогостоящую вышивку.

Мода не ведет наступление на всех фронтах, она разумно распределяет силы. В одном сезоне идет активное формообразование, другой отличается обновлением аксессуаров, третий изобилием рисунков.

Сегодня в центре внимания – отделки тканей и материалы. Тенденции моды давно уже перестали быть однообразными. Новой модной тенденцией этого сезона является использование смелых, динамичных приемов в одежде. Геометрия, цветы, граффити, абстракция, фотообъекты, пейзажи, портреты – все это послужило вдохновением для молодых дизайнеров и нашло отражение в коллекциях сезона весна – лето 2013 года.

Тренд этого сезона – небывалое увлечение дизайнеров азиатскими мотивами Востока, древнего и современного, с его традициями, роскошью, женственностью и изяществом. Внести красоту и богатство Востока в наш гардероб могут различные детали – это может быть традиционная вышивка, элементы кроя, цветовая гамма и ювелирные украшения.

При сочетании различных по фактуре материалов можно достичь наибольшей художественной выразительности и разнообразия, даже если формы подобны и близки.

Последнее время принтованные комплекты одежды лидируют на мировых рынках и подиумах, и это не удивительно. Принт сам по себе является активным элементом в одежде, что непременно делает образ более ярким, сочным и оригинальным. Принт может быть совершенно разнообразным по размеру, цвету,

фактуре и месту нанесения. В этом сезоне модными являются животные орнаменты, такие как зебра, змея и леопард.

Используя тот или иной декоративный прием в современном костюме, необходимо учитывать ряд общих требований:

- декор должен быть умеренным, подчеркивать форму, соответствовать ей, а не быть случайным чужим;
- рисунок декора должен иметь достаточно фона, чтобы придать простоту и благородство узору;
- вид декора должен соответствовать качеству материала, из которого изготовлена одежда, например, тяжелая толстая ткань требует крупной рельефной вышивки, тогда как тонкая – изящной, легкой;
- декор должен быть композиционным центром костюма, привлекая к себе внимание и придавая изделию образную выразительность.

Мощной тенденцией в этом сезоне является смелое соединение разнофактурных материалов – матовых и атласных, ворсовых и гладких - разнокалиберных, часто контрастных по цвету ткани. Удастся объединить плотность с тонкостью, прозрачность с богатой фактурой, объем с мягкой пластикой, элегантный внешний вид с практичностью.

В моде шифон, гипюр, бархат, велюр и натуральный мех. Велюр в сочетании с мехом смотрится очень дорого и броско. А полупрозрачные шифоновые наряды сделают образ сексуальным и дерзким.

Использование декоративного оформления может быть признано удачным только в том случае, если оно способствует созданию целостного, гармоничного, оригинального костюма, соответствующего требованиям современной моды.

УДК 677.016

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ ДИЗАЙНА КОСТЮМА

А. В. ДОННИКОВ, Т. В. РОЗАРЕНОВА,
С. П. ФОМИНА

*Российский государственный университет
туризма и сервиса,
Институт экономики и культуры, г. Москва*

Создание комплексных образцов моделей одежды с высокими потребительскими и эстетическими свойствами является основной задачей дизайнеров. Это особенно актуально на современном этапе развития общества, когда резко обозначилась конкуренция товаров как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Ориентация только на ценовую конкуренцию в современных условиях решающего значения уже не имеет. Дизайнеры, создавая современную одежду, должны знать ассортимент материалов, их основные потребительские и эстетические свойства, а также требования, предъявляемые к качеству конкретных изделий. Ведь дизайн костюма в значительной степени определяется дизайном материалов, из которых он изготовлен.

В последние годы производство новых материалов для одежды, за счет применения новейших технологий их получения, сыграло важную роль при создании современного дизайна одежды. Благодаря инновационным технологиям в производстве искусственных волокон дизайнеры получили возможности применять при изготовлении одежды новые виды тканей из бамбукового волокна, из соевых волокон. Ткани, вырабатываемые из бамбукового волокна, отличаются красивым внешним видом, мягкие, приятные на ощупь, имеют широкую гамму цветов. Эти ткани практически не мнутся, отличаются хорошей воздухопроницаемостью, не вызывают аллергии. Кроме этого текстильные полотна из бамбукового волокна обладают антибактериальной защитой благодаря естественному антибактериальному веществу, имеющемуся в этих волокнах. Практически это свойство сохраняется в полотнах их бамбукового волокна в течение их длитель-

ной эксплуатации и выдерживает примерно 50 многократных стирок, что особенно важно при создании моделей одежды для детей и подростков. Ткани из бамбукового волокна для пальто по внешнему виду напоминают «кашемир».

Пальтовые ткани, выработанные из соевого волокна, также отличаются повышенной мягкостью, приятны на ощупь, имеют красивый гриф, обладают бактерицидными свойствами, обеспечивают хорошую защиту от ультрафиолетовых излучений, при намокании очень быстро высыхают, комфортны при носке. Вырабатываются также ткани, крашенные в разнообразные цвета.

Ткани для костюмно-платьевого ассортимента из бамбуковых и соевых волокон отличаются хорошей износостойкостью, приятным внешним видом, в летнее время эксплуатации создают эффект прохлады, имеют повышенную воздухопроницаемость, а благодаря их антибактериальным свойствам они препятствуют возникновению запаха пота. При технологической переработке тканей из бамбукового и соевого волокон особых трудностей не возникает.

Применение инновационных технологий при изготовлении синтетических волокон и нитей дало возможность получить микроволокно. Оно имеет толщину примерно в пятьдесят раз меньше толщины человеческого волоса. Из микроволокна путем специальной технологической операции получают так называемые микрорезанное микроволокно. Особенности структуры этих микроволокон дали возможность создать мягкие, приятные на ощупь, обладающие шелковистостью и красивым блеском немнущиеся ткани и трикотажные полотна, отличающиеся в то же время хорошей драпируемостью. В изделиях из подобных микроволокон летом прохладно, а зимой – тепло.

Они отличаются хорошей износостойкостью, малой усадкой, удобны в носке, устойчивы к многократным стиркам.

Все это дает возможность создать дизайнерам новый ассортимент изделий, соответствующий направлению моды, что, естественно, будет играть важнейшую роль в развитии отечественной легкой промышленности и предприятий сферы услуг.

1. Стельмашенко В. И., Розаренова Т. В. Материалы для одежды и конфекционирования. М. Академия. 2010.

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

2. Новикова М. Н., Углов А. В., Петрова Е. С. Материаловедение швейного производства. Ч. 1. Волокна, нити, пряжа: учебное пособие М. ГОУ ВПО РосЗИТЛП, 2007.

3. www.legprominfo.ru Информационный портал легкой промышленности.

УДК 378

ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

М. А. КУРБАТОВА, Т. В. БЕЛЬКО

*Поволжский государственный университет
сервиса*

Рекламный плакат является феноменом, соединившим в себе массовое производство, массовое потребление, рынок, культуру и эстетическую среду обитания человека. Решение проблем гармонизации окружающего мира, его культурной значимости выступает определяющим фактором создания материальных объектов. Графический дизайн в XX веке активно функционирует, особенно в областях производства и торговли, где извлечение максимальной прибыли, а также ориентированность на массового потребителя являются определяющими функциями дизайн-продукции.

В настоящее время практика графического дизайна более широко, чем в предшествующие десятилетия, представлена в рекламе. Изобразительные возможности рекламы велики [1]. Они проявляются в разработке фирменного стиля выставки, витрины, упаковки и в комплексе рекламно-полиграфической продукции (визитки, буклеты, плакаты, брошюры) и т. д.

Рекламный плакат – как неотъемлемая составляющая графического дизайна, производства и торговли, имеет свою историю возникновения и развития. В рамках данного исследования мы проанализируем исторические предпосылки его развития. Еще на заре цивилизации графическая реклама являлась одним из первых графических средств продвижения продукции или услуг. Человечеству плакат известен с давних времен. Еще в Древнем Египте, Греции и Риме его широко использовали для сообщений о спектаклях и коммерческих сделках.

Иллюстративный плакат появился в 1830 г. и его изображение было чаще всего черно-белым. До 1860-х годов плакат оставался монохромным и почти не отличался от других видов иллюстраций. Только в последние годы XIX века появился плакат, отличающийся от других видов иллюстраций. Считается, что первый в истории рекламный плакат напечатал книготорговец Батдольд в 1482 г. для рекламы нового издания “Геометрии” Эвклида, который не сохранился до наших дней. До нас дошел плакат 1491 г., который предлагал почтенной публике рыцарский роман “Прекрасная Мелузина”.

Новая жизнь плаката, в том числе рекламного, началась в XIX веке. Собственно, тогда появилось и само это слово. Русский вариант – калька с немецкого “das Plakat”. В Англии и США использовалось название “poster”, происходящее от слова “почта”. Считается, что в этих странах подобные листы вывешивали, прежде всего, около многолюдных почтовых станций. Во Франции прижилось слово “affiche” – афиша.

В 1796 г. немец А. Зенефельдер изобрел новый способ печатания изображений. На специальный камень химическим составом наносился рисунок, затем камень покрывался краской, ложившейся только на след состава. С камня печатался тираж на бумаге, что принципиально удешевило тиражирование графических листов. Этот способ печати называется хромолитография (от греч. Chroma – цвет, краска; lithos – камень; grapho – пишу) – способ печати, при котором оттиски получают переносом краски с плоской печатной формы, непосредственно на бумагу. Плакаты быстро стали крупноформатными, но до 1860 г. они оставались одноцветными: печатались черным по белому или цветному фону.

Еще более упростился технологический процесс, когда в 1865 г. австрийский барон фон Рансонет изобрел метод фотохромолитографии, основанный на применении фотографического изображения и позволявший получать практически любые цвета за счет трех красок – синей, красной и желтой. Появилась возможность изготовления относительно дешевых, но передававших натуральные краски цветных репродукций массовым тиражом.

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

В конце XIX века происходит завершение длившегося столетие вялой эволюции рекламной графики. Произошел как бы взрыв невиданной ранее мощи, потрясший сферу рекламы и культуры в целом [2].

Наиболее интенсивно искусство плаката развивалось во Франции. В этой стране кроме общих предпосылок, характерных для экономически передовых стран (технический прогресс, промышленное и торговое развитие, рост городов), которые вели к развитию рекламы, был еще ряд специфических условий. Здесь сосредотачиваются капиталы и предприятия-изготовители разнообразных товаров, открываются магазины, строятся новые здания, открывающие большую свободную площадь заборов и стен. Обязательное всеобщее образование и распространение грамотности, повышение культуры делают понятным широким слоям населения плакат с текстом. Плакат во Франции становится символом нового общества, которое в состоянии все больше потреблять, платить за товары, зрелища и другие услуги [3].

Основателем рекламного плаката в современном его виде считается француз Жюль Шере, график и декоратор сцены, основавший в 1866 г. небольшую литографию в Париже. Именно он сформулировал основные принципы современного плаката:

- броскость (в первую очередь, за счет контрастных и ярких цветов);
- возможность воспринять изображение и текст “на ходу”;
- лаконичность;
- концентрацию внимания на одной главной фигуре.

Жюль Шере создал больше тысячи плакатов, в основном это реклама кафешантанов, маскарадов, выставок.

Художник Анри де Тулуз-Лотрек (1864-1901) также увлекся литографией и исполнил тридцать афиш. Он с успехом использовал упрощенный плоскостной цвет, хотя нередко применял и сложные цветосочетания, беря для каждого листа 6–7 литографских камней. Не меньшее значение имели и темные контуры, которые рисовались на дополнительном литографском камне. Для его афиш характерна мгновенная узнаваемость героев при общности средств выражения, используемых худож-

ником, и их индивидуальная характерность, а также присутствие элементов гротеска, порой карикатурности.

На протяжении полутора веков рекламные художники неоднократно использовали актуальные художественные стили, направления, темы. Делали они это зачастую столь талантливо, что рекламный плакат стали выделять в особую область изобразительного искусства.

Подлинным проводником нового течения – модерна – в массы стал чешский художник и график Альфонс Мария Муха (1860–1939). Альфонс Муха был основоположником жанра фирменного рекламного календаря. На его плакатах редко увидишь рекламируемый товар или образ покупателя. Заявлена лишь позиция товара как объекта престижного, незаурядного, соответствующего “духу времени”. Особенностью Мухи было и чрезвычайно широкое использование в рекламе романтизированного женского образа, независимо от того, имел ли он хоть какое-то отношение к рекламируемому товару или услуге [3].

Анри Ван де Велде считал, что линия призвана не изображать что-либо конкретное, а выражать действие «жизненных сил», абстрагируясь от предметного содержания. Поэтому он оказался у истоков функционализма. Вероятно, под воздействием идей В. Кандинского о «разрыве с природой», ратовавшего за исключение из искусства всего натуралистического, Ван де Велде создал одно из наиболее абстрактных графических произведений ар нуво – плакат «Тропон» (1899). Плакат рекламировал продукт тропон – «самый концентрированный из видов питания». Абстрактные округлые линии, ассоциирующиеся с изогнутыми растительными формами, передают лишь общую идею питания и роста. В линейный рисунок плаката органично включены буквы рекламного текста.

В конце XIX века рекламный плакат был официально признан фактом если и не “высокого искусства”, то культуры. В 1897 г. в Петербурге под покровительством “Общества поощрения художеств” открылась Международная выставка афиш – первый общественный смотр нового жанра. Выставка, оказавшая большое воздействие на становление изобразительной рекламы в России, собрала около 700 произведений из 13 стран. 200 работ пред-

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

ставила Франция, 100 – США, 100 – Германия. Русский раздел включал 28 плакатов. На выставку привезли 19 плакатов родоначальника жанра – Ж. Шере, 18 листов А. Мухи, были работы А. Тулуз-Лотрека, П. Боннара [2].

Рост промышленного производства в России в конце XIX и начала XX века, бурное развитие частного предпринимательства, возросшая грамотность населения, стали переломными в развитии рекламной графики и плаката [3]. Русская реклама конца XIX – начала XX века не могла остаться в стороне от художественных тенденций этого периода в России.

Особый интерес представляет афиша В. Кандинского, сделанная для выставки в Германии в 1901 г. Для нее характерно одновременное использование стилистических приемов модерна и возможностей трансформации плоскостных изображений в абстрактный узор. Однако и в товарной коммерческой рекламе есть примеры очень удачного применения эстетики модерна, даже когда дизайнеры менее тщательно следовали его принципам.

Благодаря сохранившимся плакатам, можно проследить зарождение комплексного подхода к прикладной графике, создание фирменного стиля. Включенные в композицию плакатов изображения упаковки, товарные знаки, начертания шрифтов – тому свидетельство. В начале XX века плакат и другие полиграфические формы рекламы становятся объектами массового художественного проектирования, началом формирования специфического изобразительного языка и приемов его реализации.

В современном обществе с его развитой инфраструктурой, с господством массовых средств коммуникации традиционный плакат подвергается существенной трансформации. При этом он сохраняет два своих основных компонента – эстетический и социальный. Они изменяют свои формы в соответствии с изменением эстетических вкусов общества и внедрением новых средств коммуникации, отражающих социальные перемены.

От того, каким будет плакат, во многом зависят эстетические вкусы поколения, социальная и политическая жизнь общества, его социальный заказ, поскольку плакат – это тот вид искусства, с которым обращен непосредственно к человеку повседневно. Не каждый

день все люди ходят в музеи, но по улицам ходят все. Поэтому плакат можно отнести к явлению эстетической повседневности, окружающей человека. Информационная сторона плаката имеет, как правило, глубокие рекламные цели – от пропаганды товара до пропаганды идей [2].

1. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие, под ред. Л. М. Дмитриева. М.: Юнити-Дана. 2012. 240с.

2. АРТХИВ: интернет журнал о культуре и искусстве. Авторский интернет - проект Ситницкого Виталия о плакатах. <http://www.plakaty.ru>

3. Рунге В. Ф. История дизайна, науки и техники: учебное пособие. Издание в двух книгах. Книга 1. / М.: Архитектура. С. 2006. 368с.

УДК 72.012

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ И ОБЛАСТИ ДИЗАЙНЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

П. Е. АБРАМОВ

Омский государственный институт сервиса

Возникнув в профессиональной среде архитекторов и художников, дизайн в процессе развития не только превратился в самостоятельный вид проектно-художественной деятельности, но и сам стал активно влиять на художественное и архитектурное формообразование, все более и более расширяя области своего применения.

Сегодня вообще трудно себе представить какую-либо сферу человеческой деятельности, в которой не трудился бы дизайнер. Для нас сегодня уже стали привычными такие сравнительно недавно появившиеся понятия, как дизайн одежды и прически, графический и ландшафтный дизайн, фото и фитодизайн. Число дизайнерских направлений и специализаций продолжает расти.

Изначально классификационными признаками, по которым производилось деление дизайнерской деятельности, были материалы, с которыми работал дизайнер. Каждый из этих материалов имел свою специфику, требовал особых знаний в области конструирования и технологии производства. В первой школе дизайна 20-х гг. XX века – Баухаузе, –

© П. Е. Абрамов, 2013

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

деление студентов велось по следующим направлениям: «Столярное дело», «Гончарное ремесло», «Металлообработка», «Ткачество», «Графика». Позднее этот перечень специализаций был расширен: появились «Эмали», «Дизайн одежды», «Интерьеры» и совсем недавно – «Дизайн архитектурной среды». Эти специализации составляют основные направления деятельности современного дизайнера. Как отдельная новация рассматривается дизайн-теория и дизайн-образование. В международной практике перечисляются около 30 видов дизайнерской деятельности, включая автомобильный компьютерный, предметный, имиджевый дизайн, дизайн коммуникаций, аппаратуры, продуктов питания, фильмов, дизайн звука, антидизайн и даже альтернативный дизайн.

Индустриальный дизайн представляет собой одну из основных групп в сфере приложения труда дизайнеров, отсюда берет начало дизайн как «промышленное искусство».

Сфера в деятельности индустриального дизайнера – орудия труда и механизмы. Экономичность их решений, удобство и безопасность в эксплуатации таких изделий, привлекательный внешний вид – вот далеко не полный круг вопросов, на которые дизайнер должен дать ответ.

На сегодня самую распространенную область дизайнерской деятельности составляют предметы быта, так называемые товары массового потребления. Среди них посуда, бытовые приборы, аудио и видео аппаратура, электро-агрегаты и механизмы, мебель и другие окружающие нас повседневные вещи. Изменчивость моды, а вместе с ней – конъюнктуры рынка, постоянный рост требований к уровню комфорта обуславливают непрерывную работу дизайнера над формой таких изделий, над их постоянной модификацией и адаптацией к меняющимся условиям.

Излюбленным объектом творчества дизайнеров является мебель. Мебель является своеобразной квинтэссенцией дизайна, где в полной мере проявляется целый комплекс вопросов эргономики, конструктивных решений, технологий производства, взаимосвязь материала и формы, влияние современной моды.

В современной дизайнерской деятельности все большее распространение получает дизайн архитектурной среды в котором разделя-

ют интерьерный дизайн и дизайн внешней архитектурной среды.

Дизайн интерьера включает интерьеры и оборудование общественных помещений, жилых пространств и производственных зданий, поэтому особое внимание дизайнер уделяет отделочным материалам, которые во многом определяют внешний вид интерьера.

При организации интерьера основной упор делается на обстановку – мебель и оборудование. Также большое внимание при работе с жилыми интерьерами уделяется эргономике. В первую очередь это касается рабочих зон квартиры. Организация интерьера промышленного здания тоже имеет свои особенности. Их определяет характер производства, в зависимости от которого задается пространственное настроение интерьера, выбирается его конструктивное решение. Основные требования в процессе организации промышленного интерьера предъявляются к рабочему месту. Рабочее место должно быть комфортными и обеспечивать оптимальные условия производительного труда.

Наиболее распространенным на сегодняшний день видом дизайнерской деятельности является графический дизайн. К нему относятся оформление книги, рекламно-информационного проспекта, буклета, плаката промышленная графика и упаковка, фирменные знаки, шрифтовые гарнитуры, этикетки, рекламная продукция и многое другое.

Сегодня компьютер стал помощником в работе дизайнера, его незаменимым спутником. Современные компьютерные программы не только сокращают время работы над проектом, но и значительно расширяют палитру графических и технических средств дизайнера. В современных условиях компьютерный дизайн стремительно развивается и из прикладного, обслуживающего и превращается в самостоятельный вид дизайнерской деятельности.

Итак, в данной статье были рассмотрены основные направления дизайнерской деятельности, именно по всем этим направлениям и создаются творческие и профессиональные союзы дизайнеров.

УДК 687

ИЗМЕНЕНИЕ ОБЪЕМНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ФОРМЫ ПАКЕТА ОДЕЖДЫ С ОБЪЕМНЫМ НЕТКАНЫМ УТЕПЛИТЕЛЕМ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОСТЕГИВАНИЯ

И. А. ШЕВЕЛЕВА

Омский государственный институт сервиса

Сегодня особое значение приобретает внедрение инноваций в экономику и производство. В связи с этим возникает острая необходимость в совершенствовании оборудования, разработке новых методик проектирования и программного обеспечения, способствующего повышению эффективности производства, снижению материальных затрат и себестоимости изделий.

Одной из самых успешных форм организации производства являются небольшие предприятия, которые наиболее мобильны и могут быстро реагировать на изменение модных тенденций, перестраивая цикл производства и обеспечивая выпуск качественной продукции нового дизайна.

Особенно актуальным для сибирского региона является выпуск одежды с объемными неткаными утеплителями, которые имеют ряд преимуществ: недорогие, легкие, удобные в носке и уходе.

Широкое применение при изготовлении одежды нашли следующие материалы: termofinn, thinsulait, alpolux, синтетические и полусинтетические ватины и синтепоны [1]. Все чаще в соответствии с современными модными тенденциями предлагается использовать пакеты тканей сочетающие в себе самые разные материалы верха, в частности: кожу, пальтовые, костюмные и джинсовые ткани, шелк, бархат и вельвет.

Использование объемных утепляющих материалов в швейных изделиях, вызывает ряд проблем, которые связаны с изменением геометрических размеров и объемной формы утеплителя в процессе сборки. За счет использования стежки происходит изменение объем-

но-пространственной формы пакета, которое выражается в уработке (изменении линейных размеров деталей).

Существенное влияние на изменение объемно-пространственной формы пакета оказывает выбор расстояния между строчками. В ходе предварительных исследований установлено, что на расстояние между строчками простегивания влияет следующий ряд факторов:

- художественно-композиционное решение изделия;
- конфигурация деталей изделия;
- размер площади деталей изделия;
- толщина утеплителя;
- степень жесткости утеплителя;
- толщина материала верха;
- степень жесткости материала верха.

Таким образом, необходимо учитывать этот фактор на начальном этапе проектирования изделия, закладывая прибавку на уработку на различных участках конструкции изделия.

Анализ литературы показал, что существующие исследования не дают объективной объемной информации по данному вопросу, который требует более подробного комплексного изучения.

1. Серебрякова Л. А. Авличева Л. А., Некрасов А. Е. Оценка качества утепляющих нетканых материалов // Текстильная промышленность. 2012. № 2. С. 52–55.
2. Бекмурзаев Л. А. Проектирование изделий с объемными материалами: монография / Шахты : ЮРГУЭС, 2001. 195 с.

УДК 338.518

ТРЕБОВАНИЯ ДИЗАЙНА И ЭРГОНОМИКИ К КАЧЕСТВУ ПРОДУКЦИИ

Г. М. ИСАБАЕВА

*Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза*

На этапах составления технического задания, разработки проектно-конструкторской документации, изготовления опытного образца и выпуска серийной продукции формируются и уточняются требования дизайна.

При формулировании требований дизайна с позиции человека-потребителя, вступающего в непосредственный контакт с изделиями производственного и непромышленного назначения, учитываются: социальная и культурная значимость изделий, их практическая полезность, удобство пользования и эстетическое совершенство. Изделия должны быть эстетически выразительными, удобными и экономичными в эксплуатации, эффективными в потреблении.

На основе общих требований дизайна к качеству изделий уточняются и корректируются перечни потребительских свойств и показателей качества продукции, требования к структуре и форме промышленных изделий, типизации и унификации, к конструкционным и декоративным материалам и покрытиям.

Суть требований дизайна к промышленной продукции состоит в том, чтобы, с одной стороны, окружающие человека изделия и их комплексы в полной мере отвечали требованиям человека, вступающего с этим изделием в непосредственный контакт, с другой, - чтобы форма и структура этих изделий не только соответствовала запросам потребителей, но и отвечали требованиям массового промышленного производства. Наборы выпускаемых изделий и их элементов путем продуманного сведения многообразия типов изделий приведены к ограниченному числу групп. При этом проводится сокращение числа типоразмеров с целью создания системы унифицированных элементов и узлов, включающих нес-колько

типов и размеров стандартных взаимосочетающихся деталей, на основе которых могут компоноваться различные варианты изделий сложных конструкций.

Такой подход к выработке и реализации требований предполагает использование в качестве исходного положения принципа оптимизации, обеспечивающего получение высокого потребительского эффекта в процессах использования изделий человеком при резком сокращении затрат на производство продукции из типизированных и унифицированных элементов.

Требования технической эстетики были определены как система принципов и закономерностей, отражающих сложность взаимосвязей человека с предметным миром. При этом отмечалось, что оценка соответствия продукции таким требованиям оказывается по-существу комплексной оценкой потребительских свойств изделий, в основе которой лежит принцип сопоставления полезного эффекта и затрат на потребление продукции.

Конкретизация этих требований проводилась путем их подразделения на группы: социальные, функциональные, эргономические и эстетические.

Социальные требования – это требования к назначению изделия с точки зрения потребительской ценности. Для товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения степень соответствия общественным потребностям характеризует их общественную полезность. Выпуск товаров народного потребления должен отвечать требованиям оптимальности номенклатуры изделий, требованиям спроса, перспективности. Ценность изделий машиностроения (станков, машин, приборов и др.) определяется общественными потребностями в том продукте, который они производят. Поэтому оценка качества орудий труда, машин и механизмов должна зависеть от уровня потребительских свойств конечного продукта, удовлетворяющего потребности общества и формирующего предметную среду, окружающую человека.

Функциональные требования – это требования, предъявляемые к изделию человеком-потребителем, и характеризующие назначение изделия и процесс его использования потребителем. Функциональные требования формиру-

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

ются исходя из рассмотрения всего процесса потребления изделия, и определяют совершенство выполнения изделием основной и дополнительной функций, а также вспомогательных операций, совершаемых человеком при взаимодействии с изделием (транспортирование, подготовка к эксплуатации, использование по назначению, обслуживание, ремонт, хранение и др.).

Эргономические требования характеризуют удобство и комфорт эксплуатации (потребления) изделия; они направлены на оптимизацию всей физической и психической нагрузки на человека, связанной с получением полезного эффекта. Эргономические требования характеризуют взаимодействия человека и изделия на основных этапах функционального процесса (удобство пользования, минимальная утомляемость и др.).

Эстетические требования характеризуют эстетические свойства изделий. Они формируются с учетом назначения изделий и их конструктивной организации, а также сложившихся в обществе эстетических норм и идеалов. Эстетические требования меняются во времени и зависят от вида изделий, к которым они предъявляются, и групп потребителей, эстетические вкусы и представления которых они выражают.

При формулировании требований дизайна на этом исходном этапе разработки был сделан вывод, что их конкретизация должна вестись применительно к отдельным видам промышленной продукции.

Эстетические показатели в сочетании с эргономическими и показателями надежности «обслуживают» показатели назначения. Показатели назначения характеризуют эксплуатационные возможности и область применения изделий. Обычно они выражаются конкретными данными (как правило, числовыми) и регламентируются в нормативно-технических документах на изделия. Сумма всех показателей обычно оценивается патентно-правовыми показателями, характеризующими степень патентной чистоты в Республике Казахстан и за рубежом.

Важно отметить, что показатели качества, которые мы рассмотрели, тесно связаны с другими показателями – экономическими, технологическими и показателями стандартиза-

ции и унификации. Эти показатели проявляются в сфере производства, тогда как показатели качества – в сфере обращения и потребления.

1. Даниляк В. И. и др. Эргодизайн, качество, конкурентность. М.: Издательство стандартов. 1990. С. 81

УДК 687

ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ В ИНДУСТРИИ МОДЫ НАЧАЛА XX ВВ.

А. В. ЦАБИЙ, Ю. Л. ГЕРАСИМОВА

Омский государственный институт сервиса

История рекламы исчисляется не годами, а тысячелетиями. С момента возникновения такой экономической категории, как «товар» и установления товарного производства, началось развитие рекламы. Примеры рекламы можно найти и в Древнем мире, и в Средневековье, и в эпоху Возрождения ... Но только в XX веке начался расцвет рекламы. Становилось ясно, что мода в рекламе, как и всякая мода, развивается не прямолинейно, а циклично. На смену «лобовой» рекламе непременно приходила «вкрадчивая». Период преувеличенного восхваления товара сменялся периодом недоговоренности о его достоинствах, на смену деловой, сухой рекламе приходила высокохудожественная и изощренная, вместо логики и принципа «почему именно» делалась ставка на эмоциональное восприятие, атмосферу и художественный образ. В конце концов специалисты по рекламе пришли к заключению, что каждому стилю свое время. В современном мире креаторам постоянно приходится впадать из крайности в крайность, а порой, наоборот, сделать что-то очень простое, что это так же будет выделяться из всего прочего. Случаи проявления креатива зафиксированы в начале XX века: в апреле 1936 года торговец верхней одеждой из Копенгагена Кристиан Трульstrup получил большую партию пальто. Чтобы быстрее продать товар он решил украсить им здание своего магазина. Рекламный ход оказался очень эффективным – покупатели пова-

© А. В. Цабий, Ю. Л. Герасимова, 2013

Секция 5. Взаимосвязь производства и дизайна на современном этапе

лили валом, полиции даже пришлось наводить порядок. Все пальто были проданы в считанные дни [1, с. 64].

С рекламой мы сталкиваемся сегодня буквально на каждом шагу. Ежедневно проходя мимо магазинов, видим витрины, рекламирующие те или иные товары и услуги, приобретаемая ту или иную вещь (продукты и лекарства, одежду и бытовые приборы), встречаемся с рекламой, помещенной на упаковке. На улице нас сопровождает наружная реклама. Входя в помещение, находясь в транспорте, даже оказываясь у себя дома, мы вновь и вновь встречаемся с насыщенной рекламной средой.

Индустрия моды – это одна из немногих, где потребности создаются на пустом месте. мода – это фабрика по производству желаний. Если традиционный маркетинг призван доказать, что тот или иной товар лучше остальных удовлетворяет ту или иную потребность, то в моде все сложнее. Это мир грез и желаний. Видимо не случайно мир моды на всем протяжении существования тесно связан с киноиндустрией и музыкальным бизнесом.

В начале XX века мода распространялась через театр. Актёры являлись «рекламными носителями» моды. Модельеры одевали самых известных актрис, актёров, с которых общество копировало образ. Существуют случаи успешной скрытой рекламы: в 1904 году при постановке оперы “Чио-Чио-сан” Пуччини Мадам Баттерфляй применил новшество, которое не только оживило дизайн оркестровой ямы, но и послужило одним из первых примеров скрытой рекламы. Он надел на оркестрантов галстуки-бабочки[2].

В связи с развитием печатного производства, как самого массового вида рекламы, появляются модные журналы: Vogue, Harper’s Bazaar и другие, в которых очень много иллюстраций, что позволило fashion-журналам занять отдельную нишу в СМИ, а также оставаться популярными до настоящего момента, так как эти журналы сами по себе несут не только информативную функцию, но и, порой, являются арт-продуктом. В них присутствовал графический, фотографический дизайн, макетирование и другие печатные техники, которые достигали совершенства.

В то же время в России большую популярность приобретает наружная реклама в виде объявлений, плакатов, вывесок и витрин магазинов. Особенность рекламы начала XX века в России заключается в своей прямолинейности, в отсутствии обмана потребителей, в основном были четкие призывы: читай, покупай, надевай, приходи, не сиди и др. Обилие рекламы наблюдалось всюду – правовые ограничения на распространение рекламы практически отсутствовали и рекламные конторы исповедовали принцип: размещать рекламу везде, где только возможно.

Со временем переплетение деятельности рекламы и индустрии моды слились воедино, очень часто мода сама является рекламой себя, мода сама является рг-инструментом, но, естественно, без рекламы никто не узнал бы об изменениях в fashion-индустрии, о новых именах и о легендарных биографиях деятелей моды.

1. Кини, М. мода и реклама / М. Кини. М.: Арт-Родник, 2008. 176 с.

2. Юров, И. В. Краткая история рекламы// <http://www.advesti.ru>

нию ведущих российских специалистов в области развития образования, необходимо осуществить следующие мероприятия:

- создание и развитие системы грантов для студентов и преподавателей;
- совершенствование организационных механизмов и внутривузовского нормативно-методического обеспечения академической мобильности;
- выделение целевых средств в бюджетах вузов на мобильность и международное развитие;
- обеспечение качественной подготовки студентов, преподавателей и сотрудников вузов по иностранным языкам, формирующей адекватный для участия в программах международного сотрудничества уровень владения языками;
- разработка внутривузовской системы оценки мобильности;
- создание инфраструктуры для поддержки в адаптации;
- создание социально-бытовых условий, развитие академического наставничества;
- развитие системы информирования о программах академической мобильности.

Одним из основных инструментов развития академической мобильности в современных условиях по-прежнему остается признание квалификаций и документов об образовании. В связи с этим существует определенная законодательная база, которая помогает закрепить на национальном и международном уровне сопоставление дипломов различных вузов. В настоящее время в России предпринимаются практические шаги по осуществлению эффективной академической мобильности по трем основным направлениям. Руководствуясь опытом зарубежных стран, учитывая специфику российского образования, разрабатываются совместные образовательные программы и проекты, имеющие своей конечной целью подготовку высококвалифицированных специалистов по различным направлениям.

1. Байденко В. И. Болонский процесс: проблемы, опыт, решения. М: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2006. 112 с.

2. Елкин С. Е., Калинина Н. М., Чижик В. П. Модернизация системы экономического образования в России в условиях институциональной трансформации научно-образовательных комплексов (монография) / Омск : Изд-во Омский институт (филиал) РГТЭУ. 2010. 257 с.

3. Калинина Н. М. Компетентностная модель подготовки выпускника в системе двухуровневого образования в России // Сибирский торгово-экономический журнал. 2010. № 11. С. 107–111.

УДК 338.46

ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДПОСЫЛКИ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ

Г. А. ДРЕМИНА

Омский государственный институт сервиса

Сфера услуг становится доминирующей сферой постиндустриальной экономики. На стадии постиндустриального экономического развития содержание функций сферы услуг изменяется. Основным предназначением сферы услуг, по мнению В. П. Смирнова, становится создание для предпринимательских структур новых невещественных форм капитала. В то же время и сама сфера услуг для предпринимателей превращается в пространство эффективного применения новых и традиционных форм капитала [1, с. 334]. Сфера услуг представлена преимущественно малыми и средними предприятиями, что обуславливает высокий динамизм деятельности предпринимательских структур в этой сфере экономики, оперативную адаптацию к изменениям, протекающим в рыночной среде [2, с. 284].

Особые свойства услуг определяют предпосылки эффективного развития малого предпринимательства в сфере сервиса. Прежде всего, необходимо отметить, что специфика цели оказания услуг (удовлетворение потребностей клиентов) полностью соответствует цели предпринимательской деятельности. Особый, индивидуализированный подход к удовлетворению потребностей отдельного клиента экономически выгоден, поскольку обеспечивает конкурентное преимущество благодаря созданию более высокой стоимости (ценности) для клиента и, следовательно, приносит прибыль.

Сфера услуг реализует экономическую функцию, аналогичную функции производства

© Г. А. Дремина, 2013

Секция 6. Экономика отрасли: эффективность, менеджмент, предпринимательство

и продажи материальных ценностей. Отличие состоит в том, что процесс производства услуг по времени совпадает с их потреблением. Данная специфика содержания услуги существенно повышает оборачиваемость предпринимательского капитала. Наиболее интенсивно внутри сервисного сектора протекают процессы изменения структуры рабочей силы и занятости не в отраслях, предлагающих традиционные услуги, а там, где производство услуги и ее потребление персонализированы и неразрывно связаны. Выполнение индивидуальных заказов и услуг единичного характера возможно только на малых или микропредприятиях.

Особенность физических характеристик (услуга бывает нематериальной, неосязаемой) позволяет предпринимателю экономить на издержках обращения, приблизив производство услуг к конкретным потребителям. Разнообразие объектов предпринимательской деятельности в сфере услуг даёт возможность осуществления диверсификации бизнеса. Услуги в постиндустриальной экономике оказывают не только специализированные организации, но и промышленные предприятия, осуществляющие сервисное обслуживание производимого продукта. В результате сфера услуг превращается в масштабный сектор экономики, обладающий сложной структурой с подвижными границами.

Ещё одной предпосылкой развития малого предпринимательства в сфере сервиса является возможность применения специфических ресурсов и технологий, в том числе региональных. Использование малого ресурсного потенциала требует мобильности и маневренности, присущей гибко реагирующим предприятиям малого бизнеса. В рамках малого бизнеса возможно освоение различных видов ремесел, народных промыслов. Кроме того, именно малые и микропредприятия позволяют использовать специфические трудовые ресурсы, традиционно используемые в сфере услуг. Благодаря этому реализуется принцип социальной ответственности бизнеса, осуществляющего вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся).

Роль малого бизнеса в сфере услуг возрастает в связи с такими факторами, как небольшая капиталоемкость предпринимательских структур, высокая оперативность, меньшая потребность в стартовом капитале, способность осуществлять свою деятельность даже в условиях инфраструктурных и ресурсных ограничений. Таким образом, предпринимательство становится главным источником и ресурсом развития сферы услуг на стадии постиндустриального развития общества и экономики. Предпринимательство обеспечивает поступление в сферу услуг и использование в этой сфере различных видов производственных ресурсов – капитальных, трудовых, денежных (финансовых), природных, технологических, информационных. Предпринимательство изменяет процесс оказания услуг и обогащает содержание оказываемых услуг [1, с. 334].

За период 2000 – 2011 год в РФ наблюдался стабильный рост числа малых предприятий, хотя темпы роста были неравномерны. Если в начале периода средний темп роста составлял 4 – 7 % в год (2003 – 2006 гг.), то в конце периода отмечаются более высокие темпы роста: 10,1 % в 2007 году, 17,3 % в 2008 году, 18 % в 2009 году. В соответствии с требованиями законодательства микропредприятия предоставляют статистическую отчетность один раз в год. Поэтому в настоящее время для оценки сектора малого бизнеса используются данные по микропредприятиям и малым предприятиям, численность которых по состоянию на 1 января 2012 года составила 1836,4 тыс. ед., а без микропредприятий – 242,7 тыс. ед. [3, 4]. По данным Росстата, в Омской области на конец 2011 г. оборот малых предприятий составил 292,9 млрд руб., при этом насчитывалось 23616 малых предприятий. Средняя численность работников малых предприятий составила 149,3 тыс. человек [5]. Если сгруппировать малые и микропредприятия по видам экономической деятельности, приведённым в официальной статистике, то можно увидеть, что наибольший удельный вес в общем числе малых предприятий занимают предприятия сферы услуг (табл. 1)

Структура числа малых предприятий по видам экономической деятельности в РФ представлена следующим образом: порядка 39,6 % малых предприятий занимаются торговлей,



производственный малый бизнес представляют 9,3 % от общего числа компаний [4]. Соответственно наибольшее количество рабочих мест создано в оптовой и розничной торговле. Если рассматривать структуру показателей числа малых предприятий и среднесписочной численности работников по основным видам услуг, которые выделяются в данных официальной статистики, то можно отметить сохраняющуюся многие годы тенденцию превалирования торговли. По значимости с ней могут сравниться только операции с недвижимым имуществом. Очень низкими по удельному весу в общем показателе остаются услуги образования, здравоохранения и предоставление социальных услуг. При этом доля занятых на малых предприятиях сферы услуг занимает 75,3 %.

луг от утилитарных и простых к сложным информационным услугам. [6, с. 340]. Информационные, профессиональные, финансовые, телекоммуникационные услуги формируют инновационный потенциал современной экономики, способствуют развитию организационных, структурных, управленческих нетехнологических инноваций (франчайзинг, аутсорсинг, маркетинг социальных взаимодействий) [7, с. 275].

Таким образом, формируя ключевые факторы экономического роста, сфера услуг повышает предпринимательскую активность российской экономики. Эффективное использование преимуществ развития малого предпринимательства в сфере услуг должно найти реализацию в комплексных программах развития регионов.

Таблица 1.

Структура числа малых предприятий и численности занятых по видам экономической деятельности на конец 2011 г. (в процентах к итогу) [5]

| Виды деятельности | Число малых предприятий | Число микропредприятий | Среднесписочная численность работников на малых предприятиях | Среднесписочная численность работников на микропредприятиях |
|-----------------------------|-------------------------|------------------------|--|---|
| Промышленность | 10,4 | 9,6 | 16,8 | 10,6 |
| Сельское и лесное хозяйство | 3,3 | 3,1 | 5,2 | 3,2 |
| Строительство | 11 | 10,8 | 13,7 | 12,4 |
| Сфера услуг | 75,3 | 76,5 | 64,3 | 73,8 |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 |

Дальнейшие тенденции развития малого предпринимательства в сфере услуг связаны с предпринимательскими структурами, играющими приоритетную роль в формировании экономики знаний, интеллектуального капитала, инновационного потенциала. Индивидуализация сферы услуг обеспечила одновременно рост в потребности рабочей силы, что потребовало увеличения инвестиций, прежде всего в систему образования, подготовку и переподготовку кадров. Самовоспроизводство сферы услуг привело к смещению потребления ус-

1. Смирнов, В. П. Предпринимательский ресурс развития сферы услуг / В.П. Смирнов // Экономика и предпринимательство. 2013. №2. С. 333-338.

2. Омарова, К. А. Сущность и основные проблемы функционирования малого и среднего предпринимательства в рыночных условиях развития сферы услуг // Экономика и предпринимательство. 2013. №1. С. 283-287.

3. Официальный сайт Росстата. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_01/IssWWW.exe/ (Дата обращения: 09.04.2013 г.)

4. Официальный сайт Росстата. Российский статистический ежегодник 2012 г. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078 (Дата обращения: 12.04.2013 г.)

5. Официальный сайт Росстата. Сборник 2012 г. «Малое и среднее предпринимательство в России». Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139841601359 (Дата обращения: 12.04.2013 г.)

6. Ключко, Е. Н., Маймула, Г. В. Сектор виртуальных услуг в сервисной экономике // Экономика и предпринимательство. 2013. №1. С. 339-343.

7. Евдокимова, Л. О. Развитие предпринимательской активности регионов при использовании ресурсного потенциала организаций сферы услуг // Экономика и предпринимательство. 2013г. №1. С. 274-278.

УДК 378.33

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ОДЕЖДЫ

Л. И. ХАРИНА

Омский государственный институт сервиса

Функционирование индустрии модной одежды – это сложный многоступенчатый процесс разработки, производства, распределения и потребления модного продукта, целью которого является удовлетворение спроса потребителей в модной одежде в условиях жесточайшей рыночной конкуренции и постоянных модных изменений. В настоящее время эта индустрия стала значимой частью экономики многих стран, занимая с начала 2000-х годов пятое место по емкости бюджета среди различных направлений деятельности современной экономики.

Состояние и тенденции развития индустрии модной одежды в любой стране определяются, с одной стороны, наличием и эффективностью функционирования субъектов, осуществляющих разработку, производство и распределение модного продукта. Большую часть из них составляют предприятия легкой промышленности, которые участвуют в формировании экономической безопасности, обороноспособности, социального благополучия и здоровья населения. С другой, – наличием в стране спроса на продукцию этой индустрии.

В процессе разработки, производства и распределения модной одежды для российских потребителей задействованы, главным образом, зарубежные компании, преодолеть конкуренцию которых отечественным компаниям пока удается с трудом. В настоящее время в особо сложном положении находится легкая промышленность страны. В условиях вступления России в ВТО количество зарубежных компаний может значительно увеличиться, что обострит конкуренцию.

Эта ситуация негативно сказывается на экономике страны в целом: теряется значительная часть поступлений в бюджет, в частности

из-за неэффективной работы предприятий легкой промышленности. Кроме того, удаленность от российских потребителей большей части субъектов, осуществляющих разработку, производство и распределение модной одежды, не позволяет им гибко реагировать на запросы потребителей и затрудняет взаимодействие всех субъектов в процессе функционирования индустрии.

Производство одежды – это новейшее оборудование плюс умение с ним обращаться. В настоящее время две мировые державы представляют угрозу для традиционных законодателей моды – это Китай и Турция. В последнее десятилетие в поисках дешевой рабочей силы итальянцы, французы и прочие европейцы активно размещали заказы на продукцию со своим лейблом на фабриках стран третьего мира. Китай разработал большую государственную программу по поддержке легкой промышленности, что дополнительно стимулировало развитие этой отрасли. Когда же в этой стране были построены новейшие фабрики и установлено самое лучшее оборудование, а китайцы с ним освоились, выяснилось, что они могут быстро копировать идеи ведущих модельеров и делать не только подделки, а выпускать легальную продукцию высочайшего качества, по ценам на порядок ниже европейских. На сегодняшний день лучшие фабрики расположены в Турции, где так же была введена правительственная программа, и фабрики, уже отбив первые деньги, готовы работать по очень выгодным схемам с заказчиками из самых разных стран. Итальянцы пытаются конкурировать только в области творческих идей, и вынуждены предлагать все новые и новые идеи все быстрее и быстрее, обновляя модный тренд.

В России основное текстильное производство не модернизировалось уже много лет. Опыта работы на современных станках в массе также не наблюдается, а свои оригинальные дизайнерские разработки долгие годы производились в жанре штучных изделий. Большая часть одежды и обуви, которую носят россияне, изготовлена за рубежом. По данным маркетингового агентства «Росконсалтпроект», на отечественных производителей приходится лишь 20 % одежды, продаваемой в России. На обувном рынке их доля, по данным

Национального обувного союза, еще ниже – всего 10 %.

Попробуем разобраться, как и почему дорожает импорт на пути к покупателю. Владелец российской компании (оборот \$ 60 млн), отшивающей одежду в Китае и торгующей ею в 120 магазинах, согласился на условиях анонимности раскрыть структуру цены. Одежду собственного дизайна – от маек до пальто – компания заказывает в провинции Гуандун, где находится один из кластеров китайского легпрома. На тех же фабриках шьется одежда для недорогих европейских марок Zara и H&M. Отпускная цена юбки, например, составляет на фабрике около \$ 5. Издержки на логистику, или доставку до вешалки в российском магазине, добавляют к цене около 12 %. На границе изделие дорожает больше чем на 40 %: уплачивается 20 %-я пошлина и 18 %-й налог на добавленную стоимость. После этого вступает в действие торговая наценка порядка 300 %, и в рознице юбка стоит уже \$ 31 (895 рублей).

Умножение ценника на четыре выглядит как супердоходная операция. Но это, конечно, не предел. В московских магазинах под брендом Zara юбка стоит 1499 рублей. Даже с учетом силы бренда наценка, превышающая 500 %, на первый взгляд кажется чрезмерной. Однако у торговцев свои, и довольно веские, резоны: с учетом расходов на аренду и персонал, эксплуатационные и коммунальные услуги, наконец, налоги и проценты по кредитам их норма прибыли 10 %. Ритейлер, о котором шла речь выше, отдает арендодателю до трети средств, вырученных за счет наценки. По международным меркам это много. В Европе торговцы расходуют на аренду площадей 7–12 % от оборота, в России эта величина достигает 15–25 %.

Неудивительно, что в дороговизне одежды часто винят владельцев торговых площадей. Казалось бы, отечественный одежный рынок уже сравним с рынком европейских стран, его докризисный объем составлял \$ 45 млрд, свидетельствует исследование маркетинговой компании «Росконсалтпроект». По оценке британской Verdict Research, наш рынок, который до кризиса рос минимум на 12 % в год, вошел в шестерку крупнейших в Европе наряду с

Великобританией, Германией, Испанией, Италией и Францией.

Тем не менее, крупнейшие западные бренды и сетевые торговцы не особенно жаловали Россию и в годы нефтяного благополучия, а выходить на падающий рынок и вовсе не спешат. Крупные ритейлеры, продающие одежду и обувь под своими марками – C&A, M&S, – развивают бизнес в России с помощью франшизы, что позволяет им переложить страновые риски на местных партнеров. Ритейлеров, которые строят бизнес в России самостоятельно, можно пересчитать по пальцам одной руки, – это Adidas, Inditex (торговая марка Zara), H&M, Benetton.

Часть западных игроков ушла из-за кризиса, но нет уверенности, что даже когда рынок снова начнет расти, они вернуться и прилавки пополнятся новыми брендами. Иностранцы использовали местных посредников не только потому, что те лучше понимают, с кем решать вопросы на российском рынке, но и потому, что не хотят сами иметь дело с российской таможней.

Почему трудности импортеров не ведут к росту швейного и обувного производства внутри России? Если в Турции, к примеру, создан кластер, выпускающий и ткани, и фурнитуру, и даже тесьму для одежды, то «комплектующие» российской одежды и обуви в основном импортные. Это значит, что нашим производителям приходится решать те же проблемы с таможней, что и импортерам готового товара. Поэтому из 30 крупнейших российских брендов по-настоящему шьют одежду в стране только не более пяти.

Самое узкое место – необходимость ввозить ткани из-за границы. Качественных тканей в России не выпускают, почти все ткани завозят в Россию несколько логистических компаний, имеющих льготы на таможне. Их товар поставляется через несколько терминалов по специальным приказам таможни, в которых указана особая цена и квота по конкретным кодам, компаниям и целям производства.

В потребительском поведении российского среднего класса есть некоторый парадокс, хорошо иллюстрируемый данными маркетинговой компании Synovate. Эта компания провела в прошлом году опрос в десяти странах,

в ходе которого выяснилось, что Levi's – самая популярная в мире марка джинсов. При этом 76 % американцев не согласны платить за джинсы больше \$ 40. В России таких набралось всего 23%, тогда как 26% россиян готовы выложить больше \$ 120, 10 % – больше \$ 200, а еще 5 % – больше \$ 280. Щедрости российского покупателя есть объективное и субъективное объяснение: в расходах россиян доля обязательных трат, таких как выплата кредитов, страховых взносов, коммунальных и других платежей, ниже, чем на Западе. Поэтому в их распоряжении остается больше свободных средств, которые можно расходовать, например, на одежду. К тому же нынешнему потребительскому буму предшествовали десятилетия тотального дефицита, когда относительная доступность качественных товаров была гораздо ниже, чем сейчас.

Как долго сохранится такая ситуация? Привычки российского среднего класса постепенно меняются, о чем свидетельствует рост популярности Интернет-посредников, поставляющих в Россию одежду из западных магазинов. По оценке британского отделения KPMG и New West End Company, представляющей магазины главных торговых улиц Лондона, только за август–сентябрь 2011 года россияне совершили там в три раза больше покупок, чем год назад. И единственный способ выдержать международную конкуренцию для торгующих на российском рынке – предложить потребителю условия, сопоставимые с западными.

УДК 378

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА

О. Ю. ШЕВЧЕНКО

Омский государственный институт сервиса

Дистанционное обучение – это современная технология обучения, новая для образовательных учреждений нашей страны, которая обязана своим возникновением развитию информационных технологий и компьютерной техники. Прогресс в области передачи информации на расстояние с использованием компьютерных средств коммуникации позволил повысить качество образовательных услуг, а дистанционное обучение сделало доступным получение качественного высшего образования и престижного диплома для студентов из удалённых населённых пунктов, где по экономическим причинам не может быть размещено высшее учебное заведение или его филиал.

Возможность дистанционного обучения важна и для жителей крупных городов, так как расширяет выбор учебных заведений и позволяет ещё в процессе обучения освоить современные компьютерные технологии, без знания которых на сегодняшний день невозможен профессиональный рост в любой сфере деятельности.

Дистанционное образование предлагает студенту следующие возможности и преимущества:

- получение первого или второго высшего образования, профессиональная переподготовка, повышение квалификации;
- индивидуальный учебный план, самостоятельное планирование траектории обучения, сокращение сроков обучения, гибкий график сессий;
- возможность приступить к обучению в любое время;
- обучение без отрыва от основной деятельности.

После успешной итоговой аттестации выдается итоговый документ государственного

образца (диплом о высшем образовании, диплом о профессиональной переподготовке, свидетельство о повышении квалификации).

К атрибутам дистанционного образования относятся:

1. Отсутствие временных ограничений – почта может быть получена и прочитана в любое время; преподаватель и студенты могут контактировать без привязки к строгому расписанию.

2. Отсутствие пространственных ограничений – материалы могут быть получены или посланы в любое место.

3. Синхронное обучение – использование диалоговых форм, требующих одновременного участия в процессе обучения студента и преподавателя.

4. Асинхронное обучение – использование диалоговых форм, не требующих одновременного участия в процессе обучения студента и преподавателя.

5. Линейная и нелинейная формы обучения – обучение может быть структурировано как преподавателем, так и студентом; возможно использование как тестовых, так и гипертекстовых форм обучения.

Внедрение дистанционной технологии образования подразумевает использование современного и постоянно обновляющегося оборудования и динамично развивающихся технологий.

Внедрение системы дистанционного обучения может проходить следующим образом: на первоначальном этапе вуз проводит мероприятия по исследованию рынка с целью изучения потребностей бизнеса и государственных структур в специалистах с тем или иным уровнем образования, «набором» компетенций, потребностей граждан в образовании, платежеспособности, анализа потенциала развития города, области.

Вуз разрабатывает бизнес-план образовательной услуги, и выходит с предложениями к кафедрам по разработке учебно-методических комплексов. При этом должны быть учтены специфика дистанционной технологии, наличие профессорско-преподавательского персонала для дополнительной нагрузки при определенной «стоимости часа». Оговаривается обязательный процент от оплат слушателей на развитие кафедры.

Институт берет на себя все затраты по организации и проведению профориентационной работы, рекламной кампании, набору студентов, документообороту, движению контингента до момента получения диплома (сертификата, удостоверения). Институт обеспечивает учебный процесс дидактическими материалами, аудиторным фондом (при необходимости), администрированием образовательного портала.

Необходимо учесть, что перед запуском образовательного процесса институт должен разработать очень простой в использовании интерфейс, который даст возможность пользоваться программой любому пользователю, не обладающему особыми знаниями информатики.

При развертывании системы дистанционного обучения создается Интернет-портал, через который пользователи имеют возможность получать доступ к информационным материалам, проходить обучение и тестирование в электронной форме, участвовать в оценочных процедурах, а также решать некоторые административные задачи.

Портал позволяет пользователям системы реализовывать следующие функции:

- проходить электронное обучение и тестирование;
- подавать заявки на обучение (как очное, так и электронное);
- просматривать статистику обучения;
- знакомиться с базами знаний;
- участвовать в опросах, обсуждениях и форумах;
- участвовать в оценочных процедурах;
- преподаватели могут также просматривать данные об обучении своих студентов, назначать дополнительные занятия, получать отчеты о выполненных заданиях.

Управление системой и процессом обучения и оценки осуществляет администратор со специального рабочего места. Преподаватели наполняют портал учебными и информационными материалами, проводят электронные курсы, тесты, оценочные процедуры и т. д.

Играя существенную роль в дистанционном обучении, информационные технологии имеют ряд существенных ограничений. Для России одним из основных недостатков информационных технологий, затрудняющих их ис-

пользование в дистанционном обучении, является недостаточная развитость информационнокоммуникационной инфраструктуры и, как следствие, недостаточная компьютерная грамотность потенциальных студентов. Еще одной трудностью в нашей стране является проблема мотивации на самообучение без принуждения и контроля со стороны.

Разрешение сложившихся проблем возможно на основании внедрения в сферу образования дистанционного обучения на базе новых информационных технологий и современного подхода к созданию и функционированию учебного процесса.

УДК 330

ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В СФЕРЕ СЕРВИСА

О. Ю. ФАДЕЕВА

Омский государственный институт сервиса

Современный уровень становления общества характеризуется динамично развивающимся процессом внедрения средств информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) во все сферы деятельности человека. Информационные процессы, объекты и явления, а также методы и средства получения, обработки, отображения, передачи, хранения, использования информации являются одной из основ научного знания. В этих условиях возникает необходимость подготовки специалистов в области использования ИКТ как в процессе обучения, так и в будущей профессиональной деятельности, в том числе сферы сервиса. Процесс информатизации общества предъявляет новые требования к профессиональным качествам специалистов любого профиля в области использования ИКТ, что находит свое отражение в информатизации современного образования.

Вопросам теории и практики информатизации образования посвящены исследования Ваграменко Я. А., Дашниц Н. Л., Козлова О. А., Кузнецова А. А., Роберт И. В., Софроновой Н. В. и др. в работах Бешенкова С. А., Босовой Л. Л.,

Кузнецова А. А., Лавиной Т. А., Лапчик М. П., Мартиросян Л. П., Паноковой С. В., Роберт И. В. отмечено, что внедрение средств ИКТ открывает новые возможности и перспективы интенсификации процесса преподавания и обучения, качественно изменяя методы, формы и содержание обучения. Это обуславливает целесообразность их применения в различных предметных областях, в том числе и в сфере сервиса. Одним из основных требований в период информатизации и глобальной массовой коммуникации общества, предъявляемых к будущему специалисту сферы сервиса, являются не только теоретические знания конкретной области, но и практические умения в области формирования продукта для решения профессиональных задач на базе использования информационных систем [1, с. 123-125].

Исходя из возможностей информационных систем для формирования продукта в процессе подготовки будущих специалистов сферы сервиса обоснованы и сформулированы педагогико-эргономические и технологические требования к отбору информационных систем для формирования продукта, реализующие возможность осуществления информационной деятельности будущих специалистов сферы сервиса. К педагогическим требованиям отнесены: соответствие дидактическим возможностям использования ИС в области формирования продукта в процессе обучения будущих специалистов сферы сервиса; системности и последовательности обучения студентов к использованию ИС в области формирования продукта; вариативности применения ИС к различным видам деятельности в области сервиса; развитие интеллектуального потенциала обучаемого; прочности усвоения результатов обучения. К эргономическим требованиям отнесены: обеспечение комфортных условий взаимодействия с ИС за счет соответствия установленным нормам организации диалога; визуальной среды; формату текста; высокой производительности и легкости в администрировании; при наличии низких системных требований; обеспечение индивидуального темпа и режима учебной деятельности за счет автоматизации процесса. К технологическим требованиям относятся: наличие текстовых и аудиовизуальных форм представления информации; надежность функционирования про-

граммой реализации; соответствие компонентам полноты реализации технологической цепочки; учет специфики функциональных возможностей информационных систем управления; обеспечение возможности автоматизации процесса сбора; обработки и накопления информации; возможность функционирования в локальном и сетевом режиме.

Определены основные компоненты информационной деятельности за счет интерактивного диалога, визуализации учебной информации, моделирования и автоматизации процессов сферы сервиса в области изучения и использования информационных систем для формирования продукта гностического, коммуникативного, организаторского, конструктивного. Гностический компонент предполагает формирование представлений о глобальных системах бронирования, освоение технологий доступа к полной базе данных, использование баз данных, содержащих информацию о клиентах, партнерах и др., обеспечивающих достижение целей профессиональной деятельности специалиста сервиса. Коммуникативный компонент предполагает использование информационных систем, доступных в локальных и глобальной сетях, включая действия, направленные на становление взаимоотношений с целью создания комфортных условий между системой и пользователем, осуществление незамедлительной обратной связи между специалистом и информационной системой, реализуя возможности интерактивного диалога, использование систем навигаторов в сфере сервиса и др. Организаторский компонент включает организаторские действия по реализации замысла при проведении практических занятий в условиях реального времени на основе информационных систем, изучение спроса и предложений и др. Конструктивный компонент отождествляется с процессом моделирования и направлен на разработку маршрутов, состава услуг и др.

На основе анализа возможностей информационных систем, с учетом принципов формирования структуры содержания подготовки будущего специалиста, предложенных И. В. Роберт, О. А. Козловым, теоретически обоснованы и сформулированы принципы формирования структуры содержания подготовки будущих специалистов сферы сервиса в исследуемой области: принцип

начального уровня знаний и умений в аспекте использования информационных систем для формирования продукта; принцип реализации методических целей использования информационных систем для формирования продукта в процессе подготовки специалистов сервиса; принцип двухэтапной подготовки в области использования информационных систем для формирования продукта; принцип инвариантности и прикладной направленности информационных систем; принцип блочности информационных систем для формирования продукта; принцип реализации возможностей осуществления информационной деятельности в области использования информационных систем для формирования продукта и др.

В результате проведенного анализа современного состояния подготовки будущих специалистов сервиса в области использования средств ИКТ, было выявлено, что существующие подходы к организации подготовки специалистов сервиса не реализуют в должной мере возможности средств ИКТ, в частности изучение и использование информационных систем для формирования продукта. Подготовка специалистов сферы сервиса в настоящее время направлена на то, чтобы дать студентам большой объем теоретических знаний в данной области, в то же время выработка знаний и умений в области использования информационных систем для формирования продукта не предусмотрена ГОС ВПО [2, с. 39-44].

1. Шкабура Е. А. Методические аспекты использования профессионально-ориентированных информационных систем управления в туризме на основе принципа блочности // Информатика и образование. 2011. № 5. С. 123-125.

2. Шкабура Е. А. Методические предпосылки к преподаванию дисциплин в вузе на основе личностно-ориентированного обучения с использованием информационных технологий // Инновации в образовании. 2012. № 6. С. 39-44.

УДК 005.658.379.85

ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА

А. В. КИРИЧЕНКО

*Новосибирский государственный университет
экономики и управления*

Туристская отрасль в настоящее время является одной из ведущих по темпам экономического развития, уровню рентабельности и доходности в целом. Она выполняет социальные, экономические, политические, экологические, демографические функции, а также является сферой, с одной стороны удовлетворяющей потребности людей, а с другой – эффективным механизмом предпринимательства.

Финансово-хозяйственная деятельность туристских предприятий имеет целый ряд ярко выраженных особенностей по сравнению с другими сферами хозяйствования, и во многом они обусловлены спецификой индустрии туризма, производственным процессом турпредприятий и существующими финансовыми отношениями. Рассмотрим некоторые из особенностей детальнее.

1. Главные виды деятельности в данной области – туроператорская и турагентская. Туроператорская деятельность – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее – туроператор). Турагентская деятельность – деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (далее – турагент). То есть у туроператора есть собственные производственные площади (гостиницы, санаторно-курортные комплексы), услуги по пользованию которыми он сам предлагает своим клиентам, а турагент является лишь посредником при продвижении турпродукта от производителя к конечным потребителям. Таким образом, туроператор наделен правом осу-

ществления деятельности по формированию туристского продукта.

В соответствии со статьей 9 Федерального закона от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [1] туристский продукт формируется туроператором по его усмотрению исходя из конъюнктуры туристского рынка или по заданию туриста или иного заказчика туристского продукта. Туроператор разрабатывает туристские маршруты, насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает предоставление услуг, подготавливает рекламно-информационные издания по своим туристским продуктам, устанавливает цены на турпродукт.

На туристском рынке преобладают турагенты. Так, в составе туристских фирм Российской Федерации они занимают около 80 %, а туроператоры – 10 % общего количества турфирм [2, с. 43].

Напомним, что в настоящее время туроператорская и турагентская деятельность не лицензируется [3]. Вместо получения лицензии турфирмы обязаны встать на учет в Единый федеральный реестр туроператоров. В соответствии с частью 2 статьи 4.1 Закона № 132-ФЗ [1] все туроператоры, зарегистрированные на территории Российской Федерации, должны иметь финансовое обеспечение.

Федеральным законом от 03.05.2012 г. № 47-ФЗ О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации внесены существенные изменения в Закон № 132-ФЗ [1]. Законом № 47-ФЗ статья 4.1 Закона № 132-ФЗ дополнена частью 3, согласно которой туроператоры, осуществляющие деятельность в сфере выездного туризма, должны быть также членами объединения туроператоров в сфере выездного туризма, при этом все туроператоры обязаны ежегодно уплачивать взнос в компенсационный фонд данного объединения, размер которого устанавливается в определенной доле (0,1 %) денежных средств, полученных туроператором от реализации туристского продукта, но не менее чем в размере 100 000 руб.

Снижен минимальный размер финансового обеспечения для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма. Итак, согласно статье 17.2 Закона № 132-

ФЗ [1] размер финансового обеспечения определяется в договоре страхования ответственности туроператора или в банковской гарантии и не может быть менее:

- 500 тысяч рублей - для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма или въездного туризма;

- 30 миллионов рублей - для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, в случае, если денежные средства, полученные ими от реализации в этой сфере туристского продукта, составляют не более 250 миллионов рублей, по данным бухгалтерской отчетности на конец отчетного года, а также для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма и применяющих упрощенную систему налогообложения;

- 12 % объема денежных средств, полученных от реализации в сфере выездного туризма туристского продукта, по данным бухгалтерской отчетности на конец отчетного года, - для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, в случае, если денежные средства, полученные ими от реализации в этой сфере туристского продукта, составляют более 250 миллионов рублей, по данным бухгалтерской отчетности на конец отчетного года.

Таким образом, наличие финансовой гарантии и внесение в единый федеральный реестр туроператоров – необходимые условия, выполнение которых является основанием для осуществления туроператорской деятельности.

2. Покупка туристского продукта не является потребностью первой жизненной необходимости и имеет существенную стоимость, поэтому объемы деятельности туристической фирмы во многом определяются уровнем благосостояния населения.

3. Высокая зависимость от факторов внешней среды. Туристский бизнес очень сильно подвержен внешним влияниям, он реагирует даже на незначительные изменения как в политической, так и экономической сфере. Поэтому не трудно понять, что туризм зависит от денежного и валютного рынка.

4. Для туристического бизнеса характерна неравномерность распределения спроса на туры во времени. Количество продаваемых путевок во многом зависит от наличия у кли-

ентов свободного от работы времени, его продолжительности и предпочтений периода отдыха.

5. Для туризма характерна особая схема кругооборота оборотных средств. Она обусловлена тем, что, во-первых, объектом деятельности туризма является человек (турист), который покупает туристские впечатления исходя из своего интереса. Во-вторых, в туризме производство, реализация и организация потребления туристского продукта соединены вместе в единый производственно-обслуживающий процесс. Эти факторы определяют своеобразие движения оборотных средств в туризме, которое значительно отличается от обращения средств в промышленности, торговле, общественном питании. Так, турист платит деньги за то, что он видит, и что его впечатляет (интересные явления природы, памятники истории и культуры и т. п.). Для туристской фирмы при получении дохода важное значение имеют вид и качество туристских впечатлений, которые должны соответствовать туристским интересам. Изменение или исчезновение (частично или полностью) объектов туристского интереса приводит к резкому замедлению оборачиваемости денежных средств и уменьшению денежных поступлений.

6. Для туризма характерна определенная структура организационно-правовой формы предприятий данной отрасли. Подавляющую часть предприятий данной сферы бизнеса можно отнести к среднему и малому предпринимательству. В сфере туризма выделяют, как правило, две основные и часто встречающиеся формы организации туристских предприятий: в основном это общество с ограниченной ответственностью и встречающиеся крайне редко акционерные общества закрытого типа. Эта особенность находит выражение в степени развитости дивидендной политики в сфере туризма. Например, для большинства туристских фирм такого понятия, как «дивиденд», не существует. Полученная прибыль зачастую расходуется на дальнейшее развитие фирмы, например, на разработку новых туров, оплату рекламных туров работникам, предоплату за блоки мест на чартерах и т. д.

Отметим также, что кредитные учреждения более благосклонно относятся к предприятиям с такой организационно-правовой фор-

Секция 6. Экономика отрасли: эффективность, менеджмент, предпринимательство

мой хозяйствования, которые несут неограниченную ответственность по своим обязательствам. К обществам же с ограниченной ответственностью коммерческие банки, в том числе и зарубежные кредитные учреждения, относятся с недоверием, так как и учредители таких обществ несут ограниченную ответственность (в пределах своего вклада) по своим обязательствам, что, собственно, влияет на возможности и масштабы их инвестиционной деятельности.

7. Для туристских фирм характерны особый состав и структура финансовых ресурсов. Финансирование туристской деятельности производится в основном за счет привлеченных средств (более Т!) и частично за счет собственных средств. Это связано с тем, что туристская фирма получает деньги за проданные путевки раньше, чем предоставляет туристу услуги по этой путевке. Среди привлеченных средств основная доля (50 % и более) приходится на кредиторскую задолженность [2, с. 43].

Особенность состава и структуры финансовых средств, а также их источников обусловлена своеобразием потока денег и задолженности между субъектами туристского рынка, которое определяется, прежде всего тем, что между моментом продажи туристского продукта и актом его потребления имеется значительный разрыв во времени. Туры составляются и продаются обычно за несколько месяцев до начала отдыха, поэтому одновременно возникает кредиторская и дебиторская задолженность у турагентов и туроператоров.

8. Сложность в получении заемного капитала (для небольших туристских фирм). Данная особенность обусловлена тем, что такие предприятия, как правило, не располагают собственными внеоборотными активами, обеспечивающими кредит (например, здания, транспортные средства и т. д.). Большая часть имущества таких фирм, включая помещение, где располагается туристское предприятие, арендовано или получено по договору лизинга, а значит, не является гарантом для кредитных учреждений при принятии решения о предоставлении заемного капитала.

9. Туристские фирмы не вкладывают свой капитал в создание объектов туристского показа, но уже само их существование приносит

фирме денежный доход. Организация оплачивает лишь услуги, связанные с показом туристам данных объектов.

10. Особенности ценообразования на продукцию в сфере туризма. Цена туристского продукта или отдельной услуги является весьма динамичной и зависит от многих факторов: стоимости услуг, входящих в турпакет, числа турдней, вида тура (групповой, индивидуальный), количества туристов в группе, их возрастного состава, сезонности и т. д. Расчет цены на турпродукт производится на основе нормативной калькуляции, которая сводится не к определению себестоимости тура, а его продажной цены, что вызывает существенные колебания в уровне рентабельности туристских фирм и отражается на их финансовом положении.

Указанные особенности функционирования предприятий турсферы приводят к тому, что существующие методические разработки не вполне корректны для использования в целях экономического анализа и установления реального уровня привлекательности предприятий туристской сферы деятельности, в частности, туристских фирм.

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012) // КонсультантПлюс: справ.-прав. система. Компания ПРОМЭКС. М., [2013].

2. Боголюбов, В. С., Быстров С. А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / М. : Академия. 2008. 400 с.

3. О лицензировании отдельных видов деятельности [Электронный ресурс]: федер. закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ (ред. от 04.03.2013) // КонсультантПлюс: справ.-прав. система. Компания ПРОМЭКС. М., [2013]

УДК 657.2.004.14

ОСОБЕННОСТИ СОСТАВЛЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МАЛОГО БИЗНЕСА С 2013 ГОДА

В. Г. МАЕВСКАЯ

Омский государственный институт сервиса

Федеральный закон «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 г., далее Закон № 402-ФЗ, вступивший в силу с 1 января 2013 года, обязывает все экономические субъекты (кроме индивидуальных предпринимателей) вести бухгалтерский учет (п. 2 ст. 6 Закона № 402-ФЗ). Кроме того, согласно данному закону, экономические субъекты, за исключением государственного сектора и Центрального банка РФ, представляют по одному обязательному экземпляру годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности в орган государственной статистики по месту государственной регистрации [5].

Таким образом, все фирмы, в т.ч. применяющие упрощенную систему налогообложения, обязаны вести бухгалтерский учет в полном объеме и составлять отчетность. Исключение сделано для индивидуальных предпринимателей, применяющих УСН. Они освобождены от ведения бухгалтерского учета при условии, что ведут налоговый учет, по данным которого можно определить размер «упрощенного» налога, с объектом «доходы». В связи с таким нововведением, тем хозяйствующим субъектам, которые до 2012 года вели бухгалтерский учет только объектов основных средств и нематериальных активов, придется в 2013 году не сладко. Необходимо будет провести все процедуры для создания целостной системы бухгалтерского учета. Прежде всего, необходимо сформировать начальные остатки по бухгалтерским счетам, учетную политику для целей бухгалтерского учета. Сформированный приказ по учетной политике для целей бухгалтерского учета, необходимо утвердить уже 1 января 2013 года. Согласно п. 3 ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» все органи-

зации обязаны формировать учетную политику. Закон № 402-ФЗ не содержит каких либо исключений, в соответствии с которыми компании, применяющие упрощенную систему налогообложения, освобождались бы от необходимости формировать учетную политику. В учетной политике фирмам необходимо закрепить рабочий план счетов, формы отчетности, форму ведения бухгалтерского учета, методы и варианты учета фактов хозяйственной жизни, активов, обязательств, доходов и расходов и пр. В общем случае учетная политика должна быть утверждена до начала отчетного года, то есть не позднее 31 декабря 2012 г. [3]

Обязав «упрощенцев» в полном объеме вести бухгалтерский учет, составлять бухгалтерскую (финансовую) отчетность, ни основной бухгалтерский Закон № 402-ФЗ, ни Минфин России не разъясняют, каким образом такие налогоплательщики должны сформировать входящие данные по счетам. Следовательно, «упрощенец» вправе выбрать такой метод по своему усмотрению. Главное здесь – обосновать достоверность своей методики и документально подтвердить полученные числовые показатели.

Одним из способов формирования начальных показателей является проведение инвентаризации. Перед проведением инвентаризации необходимо создание специальной комиссии.

Информацию о состоянии основных средств и нематериальных активов можно взять из специальных регистров, которые обязаны вести все фирмы, находящиеся на УСН. Важно, чтобы эта информация подтверждалась документами. Если по какой-либо причине не сохранились документы, подтверждающие приобретение объектов, то целесообразно запросить их у контрагентов.

Чтобы определить остаток денежных средств, достаточно выписки из банка и кассовой книги, по данным которых можно отразить в балансе денежные средства на счетах в банках и в кассе организации. Что касается вложений во внеоборотные активы, то придется поднять все документы, связанные с незавершенными капитальными вложениями. И уже на основании этих документов следует «собрать» все затраты и оценить каждый незаконченный объект. Восстановить остатки по расчетам с контрагентами, чтобы показать

Секция 6. Экономика отрасли: эффективность, менеджмент, предпринимательство

в балансе размер дебиторской и кредиторской задолженности, непросто. Для этого придется провести мониторинг договоров и на основании оправдательных документов – инвентаризацию расчетов [1].

Остатки по счетам бухучета, на которых формируются сведения о товарно-материальных ценностях, удастся сформировать путем подсчета, взвешивания, обмера. Такие способы позволят определить количественные показатели по счетам 10 “Материалы”, 21 “Полуфабрикаты собственного производства”, 41 “Товары”, 43 “Готовая продукция”, 20 “Основное производство” в части незавершенного производства. Стоимость товарно-материальных ценностей можно определить по данным соответствующих первичных документов, подтверждающих их приобретение. В результате компания получит входящие остатки по данным счетам бухгалтерского учета.

Для формирования остатков по налоговым счетам целесообразно провести сверку расчетов с налоговыми органами и социальными фондами. Несмотря на то что до 2013 г. “упрощенцы” не обязаны были вести бухгалтерский учет расчетов с бюджетом, данные по счетам 68 “Расчеты по налогам и сборам” и 69 “Расчеты по социальному страхованию и обеспечению” можно восстановить путем анализа сведений, содержащихся в налоговой отчетности и отчетности, представляемой в социальные фонды. Кроме того, компания, уплачивающая “упрощенный” налог, может провести совместную сверку расчетов с контролирующими органами. Порядок проведения сверки регулируется Регламентом организации работы с налогоплательщиками, плательщиками сборов, страховых взносов на обязательное пенсионное страхование и налоговыми агентами, утвержденным Приказом ФНС России от 09.09.2005 N САЭ-3-01/444@. Согласно п. 3 этого Регламента, срок проведения сверки не должен превышать 10 рабочих дней (а в случае выявления каких-либо расхождений – 15 дней). По результатам сверки составляется акт по форме, утвержденной Приказом ФНС России от 20.08.2007 N ММ-3-25/494@, который подписывается инспектором и налогоплательщиком (п. 7 ст. 45 НК РФ).

Однако следует заметить, что начиная с 1 января 2013 года организация малого бизнеса обязаны вести бухгалтерский учет, но упро-

щенным способом (п. 3 ст. 20, пп. 10 п. 3 ст. 2 Закона № 402-ФЗ, ст. 7 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ») [6].

Минфин России в Информационном письме от 01.11.2012 N ПЗ-3/2012 “Об упрощенной системе бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности для субъектов малого предпринимательства” указал, что организации малого бизнеса при ведении бухгалтерского учета в упрощенном порядке вправе в частности: сократить количество синтетических счетов в рабочем плане счетов бухгалтерского учета по сравнению с Планом счетов, утвержденным Приказом Минфина России от 31.10.2000 N 94н; утвердить упрощенную систему регистров бухгалтерского учета; использовать кассовый метод учета доходов и расходов; не проводить переоценку основных средств, нематериальных активов и не отражать обесценение нематериальных активов на счетах бухгалтерского учета; не отражать в бухгалтерском учете оценочные обязательства, условные обязательства и активы, в том числе не создавать резервы предстоящих расходов; признавать коммерческие и управленческие расходы в себестоимости реализованной продукции полностью в отчетном году их признания в качестве расходов по обычным видам деятельности; признавать все расходы по займам как прочие, вне зависимости от того, на какой срок такой заем получен.

После того, как будет создана система формирования документированной, систематизированной информации об объектах бухгалтерского учета, субъекты малого предпринимательства обязаны формировать за 2013 год бухгалтерскую (финансовую) отчетность.

Субъект малого предпринимательства самостоятельно разрабатывает формы бухгалтерской отчетности. При этом он может использовать упрощенные формы бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках (п.п. 6, 6.1 Приказа Минфина России N 66н) [4].

Кроме этого, субъект малого предпринимательства может включать в бухгалтерский баланс отчет о прибылях и убытках, показатели только по группам статей без детализации показателей по статьям, показатели об отдельных активах, обязательствах, доходах, расходах и хозяйственных операциях приводит в бух-



галтерской отчетности. Обособленно лишь в случае их существенности и если без знания о них заинтересованными пользователями, невозможна оценка финансового положения субъекта или финансовых результатов его деятельности (п. 11 Положения по бухгалтерскому учету “Бухгалтерская отчетность организации” (ПБУ 4/99), утвержденного Приказом Минфина России от 06.07.1999 N 43н).

Таким образом, если субъект малого предпринимательства формирует бухгалтерскую отчетность по упрощенной системе, он представляет бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках, в приложениях к ним приводится только наиболее важная информация. При этом данные организации вправе формировать представляемую бухгалтерскую отчетность в общем порядке, не по упрощенной системе бухгалтерской отчетности.

1. Баширова Е. С. Как «упрощенцам» сформировать входные данные бухгалтерского учета, который они обязаны вести с 2013 года // Российский налоговый курьер. 2013. № 1–2.

2. Информационное письмо Минфина России от 01.11.2013 № ПЗ-3/2012 «Об упрощенной системы бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности для субъектов малого предпринимательства».

3. Приказ Минфина России от 24.10.2008 №106н в ред. 08.11.2010 «Об утверждении положений по бухгалтерскому учету» Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008).

4. Приказ Минфина РФ от 02.07.2010 № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» в редакции

5. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 г.

6. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ».

УДК 657

ПРОБЛЕМА НАЛОГОВОГО УЧЕТА РАСХОДОВ НА СОТОВУЮ СВЯЗЬ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ СЕРВИСА

Е. А. БАЛАШОВА

Омский государственный институт сервиса

Услуги сотовой связи становятся все более востребованными в современных условиях при управлении предприятием. И это неудивительно, ведь сотовая связь мобильна и позволяет оперативно решать многие задачи. Как показывает практика налоговых проверок, обосновать расходы на мобильную связь экономически порой бывает очень проблематично. Особое внимание ИФНС вызывают международные разговоры и разговоры в нерабочее время.

С каждым днем операторы сотовой связи предлагают все большее число тарифов, удовлетворяющих потребности различных категорий пользователей. Практически всеми компаниями, представляющими услуги сотовой связи, предусмотрены различные тарифы для частных лиц и субъектов предпринимательской деятельности. В частности, у организаций и индивидуальных предпринимателей особо популярны корпоративные тарифные планы, преимущества которых хорошо известны:

- низкая абонентская плата или полное ее отсутствие;
- максимально низкая стоимость исходящих звонков по наиболее часто используемым направлениям;
- большой ассортимент дополнительных услуг;
- гибкая система скидок в зависимости от интенсивности разговоров и количества телефонных, оформленных на организацию;
- льготные междугородные/международные звонки;
- внутрисетевой роуминг по сниженным тарифам и другие.

© Е. А. Балашова, 2013

Секция 6. Экономика отрасли: эффективность, менеджмент, предпринимательство

Как показывает практика, применение данных тарифов позволяет не только существенно снизить расходы на сотовую связь, но и минимизировать документооборот, а, следовательно, упростить работу бухгалтера, что особенно важно для организаций и предпринимателей, “в которых каждый человек на счету”.

Возможность учета расходов на связь, учитываемых для целей налогообложения, для организаций, применяющих упрощенную систему налогообложения, предусмотрена подпунктом 18 пункта 1 статьи 346.16 НК РФ.

Расходы на сотовую связь начинаются с приобретения сотового телефона. Само приобретение не вызывает никаких вопросов ни в бухгалтерском, ни в налоговом учете. Поскольку срок полезного использования аппаратов свыше одного года, в бухгалтерском учете их следует учитывать независимо от стоимости в составе основных средств. В налоговом учете порядок отражения затрат зависит от цены. Если стоимость не превышает 20 000 руб., то ее списывают на расходы при исчислении налога на прибыль учреждения в момент передачи сотового телефона в эксплуатацию. Если цена телефона превысила стоимостную границу в 20 000 руб., то его стоимость нужно амортизировать. В соответствии с Классификацией основных средств, включаемых в амортизационные группы, утвержденной Постановлением Правительства РФ от 01.01.2002 N 1, мобильные телефоны относятся к третьей группе. Это значит, что в налоговом учете учреждение должно их амортизировать в срок свыше 3 лет до 5 лет включительно (код 14 3222135 “Аппараты телефонные и устройства специальные”). Какой срок выбрать, организация определяет сама и закрепляет свой вариант в учетной политике. Нюансы приобретения заключаются в покупке SIM-карты. Существует мнение, что ее стоимость следует относить на увеличение стоимости сотового аппарата как расходы, связанные с доведением объекта ОС до рабочего состояния. Однако в соответствии с Правилами оказания услуг местной, внутризоновой, междугородной и международной связи, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 18.05.2005 N 310 (далее – Правила), оказание услуг телефонной связи (услуг по предоставлению доступа к телефонной

сети) осуществляется операторами связи на основании заключенных ими с абонентами договоров возмездного оказания услуг (гл. 39 ГК РФ). Таким образом, приобретенные абонентами у операторов связи или уполномоченных ими лиц SIM-карты являются по своей природе только средством оплаты услуг по предоставлению доступа к телефонной сети, и, следовательно, их нельзя признать товаром, который можно отнести на увеличение стоимости сотового телефона. Аналогичное мнение подтверждается арбитражной практикой.

В постановлениях ФАС ЦО от 21.07.2005 N A23-4262/04A-5-360, ФАС СКО от 05.04.2005 N Ф08-1166/2005-487А указано, что SIM-карты – это документы, подтверждающие право абонентов на получение услуги связи, а покупка SIM-карты означает приобретение права на возмездное оказание услуги после ее активации. Таким образом, SIM-карта подтверждает, что организация получила в пользование индивидуальный телефонный номер, то есть стала абонентом сотовой сети. Следовательно, расходы на приобретение SIM-карты включаются в общие расходы по услугам связи в составе прочих расходов, связанных с производством и (или) реализацией (пп. 25 п. 1 ст. 264 НК РФ). Тем не менее, споры по вопросу правомерности признания расходов на оплату услуг связи между налоговыми органами и налогоплательщиками не утихают. Налоговые органы в ходе проводимых выездных налоговых проверок предъявляют ряд требований к порядку учета понесенных расходов на связь у малых предприятий, в том числе сотовую связь, для целей налогообложения.

Для подтверждения произведенных расходов на услуги сотовой связи и их обоснованности требуются следующие документы: 1) приказ руководителя организации об утверждении перечня должностей работников, которым в силу исполняемых обязанностей не обойтись без использования услуг сотовой связи; 2) должностная инструкция, которой установлена обязанность работника использовать услуги сотовой связи в служебных целях; 3) договор, заключенный непосредственно с оператором сотовой связи на оказание услуг сотовой связи. Аналогичные разъяснения даны Минфином в Письме от 13.10.2006 N 03-03-04/2/217 при ответе на частный вопрос.

Организации, по мнению специалистов налоговых органов, для признания произведенных затрат на оплату услуг сотовой связи должна иметь следующие документы:

1. утвержденный руководителем организации перечень должностей работников, которыми в силу исполняемых ими обязанностей необходимо использование сотовой связи;

2. договор с компанией-оператором сотовой связи на оказание услуг, акты, подтверждающие факты оказания услуг;

3. детализированные отчеты (счета), выставленные операторами связи, причем форма такого счета должна содержать детализацию общей суммы платежа за предоставленные оператором сотовой связи услуги в разрезе отдельных субсчетов, открываемых по каждому числящемуся за налогоплательщиком абонентскому номеру, в том числе даты и времени переговоров, тарификации услуги.

Так же, по мнению специалистов налогового ведомства, перечень абонентов, с которыми велись переговоры по служебным мобильным телефонам, должен быть подкреплен данными об этих абонентах в деловой переписке, договорной документации организации-налогоплательщика и т. п.

Проблема заключается в том, что в НК РФ не приведен перечень документов, подлежащих оформлению при осуществлении налогоплательщиком тех или иных расходных операций, и не предусмотрены какие-либо специальные требования к их оформлению (заполнению). Соответственно, налоговое законодательство не содержит специального перечня документов, подтверждающих производственный характер расходов налогоплательщика на оплату услуг сотовой связи.

Иногда налоговые органы приводят такие доводы в обоснование своей позиции о необоснованности учета на мобильную связь. Например, может быть высказано мнение о нецелесообразности использования сотовой связи при наличии в организации стационарно установленных телефонов (услуги городской телефонной сети).

Таким образом, каждое малое предприятие сферы сервиса вправе выбрать наиболее удобный и приемлемый способ обоснования и документального подтверждения понесенных расходов на связь. Но совершенно очевидно,

что в тех организациях, где сотовая связь необходима многим работникам и потому затраты на ее оплату весьма существенны, надо стремиться к тому, чтобы эти затраты были учтены в расходах. Реальные возможности для этого, как показывает практика, имеются. Главное – собрать необходимые подтверждающие документы, установить адекватные лимиты и, обрабатывая расшифровку оператора связи, самостоятельно исключить из расходов оплаты наиболее «подозрительных» (с точки зрения налоговиков) звонков.

УДК 334.752

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Н. Ю. КАУФМАН

Омский государственный институт сервиса

Предпринимательство в странах с развитой рыночной системой хозяйствования принято рассматривать с позиции принадлежности к классической или инновационной модели. Классическая модель предполагает традиционное, консервативное предпринимательство, предполагающее максимальную отдачу ресурсов и управление объемами производства. Инструменты производственной политики «отработаны» поколениями промышленников: это предприимчивость и готовность идти на риск; детальное знание дела, дисциплина труда, жесткие требования к наемным работникам.

Основа инновационной модели – новаторство. Здесь на первый план выходят обновление продукции, готовность удовлетворить будущие запросы потребителей, ориентация на внедрение и распространение новшеств. Для компаний этого типа важно не только знание теории инноваций, но и проявление инновационной активности в отношении технологических инноваций, а так же в сфере организации и управления компанией.

Организационно-управленческие инновации – это изменения в системе управления компанией для достижения целей ее функциони-

© Н. Ю. Кауфман, 2013

Секция 6. Экономика отрасли: эффективность, менеджмент, предпринимательство

рования и развития, т.е. изменения в системе управления компанией с целью повышения эффективности функционирования и конкурентоспособности компании [1].

Предпринимательство – это прежде всего образ мышления, искусство нахождения прибыльных решений для найденных проблем. Каждый успешный предприниматель является человеком, способным найти проблему и создать для нее решение быстрее всех остальных.

Управленческие нововведения реализуются через структурно-функциональный интерес и изменение технологий и организации процесса управления, методов работы аппарата управления.

Управленческая деятельность является одной из самых сложных. Она складывается из серии самостоятельных управленческих функций:

- планирование, состоящее из разработки программы, процедуры ее осуществления, графиков выполнения, анализ ситуаций, определение методов достижения целей;
- организация, включающая проработку структуры предприятия, осуществление координации между структурными подразделениями;
- мотивация, направленная на стимулирование усилий всех работников на выполнение поставленных задач;
- координация;
- контроль.

Усложнение современного производства добавило еще две функции:

- инновационную, связанную с освоением и внедрением новейших достижений в области техники и технологии, методов организации и управления людьми;
- маркетинговую, выражающуюся не только в продаже производимых товаров, но и в проведении исследований и разработок, влияющих на реализацию товаров, закупку сырья, производство, сбыт, послепродажное обслуживание [1].

Управление инновациями требует специальных подходов, так как это управление неопределенностями, с использованием динамичного процесса обучения и новых знаний. При управлении инновациями невозможно придерживаться одного плана, поскольку невозмож-

но заранее предсказать всех событий и промежуточных результатов.

Инновационная деятельность – это деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций в целях расширения ассортимента и повышения качества продукции, совершенствования технологии и организации производства. Инновационная деятельность включает: выявление проблем предприятия, осуществление инновационного процесса, организацию инновационной деятельности.

Главная предпосылка инновационной деятельности предприятия состоит в том, что все существующее устаревает. Поэтому необходимо систематически отбрасывать все то, что износилось, устарело, стало тормозом на пути к прогрессу, а также учитывать ошибки, неудачи и просчеты. Для этого на предприятиях периодически необходимо проводить аттестацию продуктов, технологий и рабочих мест, анализировать рынок и каналы распределения. А также постоянно находить инновационные идеи.

Инновационные идеи возникают в рамках предприятия или отрасли. К ним относятся:

- неожиданное событие (для предприятия или отрасли) – успех, неудача, внешнее событие;
- неконгруэнтность – несоответствие между реальностью (какова она есть на самом деле) и нашими представлениями о ней;
- нововведения, основанные на потребности процесса;
- внезапные изменения в структуре отрасли или рынка.

Следующие три источника нововведений относятся к внешним, так как они имеют свое происхождение за пределами предприятия или отрасли. Это:

- демографические изменения;
- изменения в восприятиях, настроениях и ценностных установках;
- новые знания (как научные, так и ненаучные).

Анализ названных ситуаций при рассмотрении того или иного типа изменения позволяет установить характер инновационного решения. Поэтому руководителям необходимо понимать, какие изменения необходимы, имеются ли в наличии соответствующие знания или их нужно получить, а также, соответствуют ли планируемые решения при-

вычкам, традициям и целевым ориентациям потенциальных потребителей.

Наиболее существенные изменения, можно сказать, радикальные, происходят на основе “новых знаний”. Нововведения, основанные на новых знаниях (открытиях), как правило, трудноуправляемы. Это обуславливается рядом обстоятельств. Прежде всего, наблюдается, как правило, большой разрыв между появлением нового знания и его технологическим использованием, во-вторых, проходит много времени до того, как новая технология материализуется в новом продукте, процессе или услуге.

В этой связи нововведения, основанные на новых знаниях, требуют:

- тщательного анализа всех необходимых факторов;
- ясного понимания преследуемой цели, т. е. необходима четкая стратегическая ориентация;
- организации предпринимательского управления, поскольку здесь необходимы финансовая и управленческая гибкость и нацеленность на рынок.

Нововведение, основанное на новых знаниях, должно “созреть” и быть воспринятым обществом. Только в этом случае оно принесет успех. Инновация означает изменения в экономике, промышленности, обществе, в поведении покупателей, производителей, работников. Поэтому она всегда должна ориентироваться на рынок, руководствоваться его потребностями [3].

Для осуществления управления инновациями в предпринимательской деятельности, предприятие должно иметь структуру и настрой, способствующие созданию атмосферы предпринимательства и восприятия нового как благоприятной возможности. Основной организационный принцип для инновации заключается в создании команды из лучших работников, освобожденных от текущей работы.

Как показывает опыт, все попытки превратить существующее подразделение в носителя инновационного проекта заканчиваются неудачей. Причем этот вывод касается как предприятия крупного, так и малого бизнеса. Дело в том, что поддержание производства в рабочем состоянии является сложной задачей для коллектива, поэтому на создание нового у них практически не остается времени.

Существующие подразделения, в какой бы сфере они ни функционировали, в основном способны лишь расширять, модернизировать производство [4].

Поэтому необходимы конкретные работники, ответственные за успех инноваций, которые будут отвечать за своевременное выявление и замену устаревающей продукции, техники, технологии, за всесторонний анализ производственно-хозяйственной деятельности (рентгенограмму бизнеса), за разработку инновационных мероприятий. Вложения в разработку инноваций не должны включаться в регулярно проводимый анализ отдачи от капиталовложений до тех пор, пока новые изделия (услуги) не закрепятся на рынке.

Прибыль от реализации инновационного проекта существенно отличается от прибыли, получаемой за выпуск отлаженной продукции. На протяжении длительного времени новаторские начинания могут не давать ни прибыли, ни роста, а только потреблять ресурсы. Затем инновация в течение длительного времени должна быстро разрастаться и возвращать вложенные в ее разработку средства, по меньшей мере, в 5 – 10-кратном размере, иначе ее можно рассматривать как неудачную. Нововведение начинается с малого, но результаты его должны быть масштабными [2].

Предприятием следует управлять таким образом, чтобы в нем создавалась атмосфера восприятия нового не как угрозы, а как благоприятной возможности. Каждый работник должен осознать, что нововведения – это лучшее средство сохранить и укрепить свое предприятие. Более того, необходимо понять, что нововведения – это гарантия занятости и благополучия каждого работника. Организация инновационной деятельности на основе указанных принципов позволит предприятию продвинуться вперед и добиться успеха.

1. Асаул, А. Н. Карпов Б. М., Перевязкин В. Б., Старовойтов М. К. Модернизация экономики на основе технологических инноваций / СПб: АНО ИПЭВ, 2008. 606 с.

2. Инновационная деятельность // <http://www.center-yf.ru/data/economy>

3. Котельников В. Управление инновациями и управление операциями // e-coach.narod.ru/vk.html

4. Шанин И. И. Управление инновационным развитием на промышленном предприятии / Вопросы инновационной экономики. 2012. № 4 (14). С. 30-39.

УДК 336.71

ЭТАПЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ФАКТОРИНГОВЫХ УСЛУГ В РОССИИ

Е. Д. СЕРГЕЕВ

Омский государственный институт сервиса

В статье рассматриваются экономические и исторические предпосылки возникновения факторинга, ключевые этапы развития данного института в России, сопоставляются различные точки зрения на будущее рынка факторинга. В заключение автором сформулированы основные положения, препятствующие развитию рынка факторинговых услуг, и предложены пути дальнейшего развития факторинга в России.

In this article economic background and historical factors of originating of Factoring as well as the key stages of its development in Russia are reviewed. Also, different opinions about the future of Factoring market are compared. The author concludes the article with formulating fundamental problems of development of Factoring market and offering ways of its further development in Russia.

Key-words: factoring, concession rights, the counterparty, financial market, financial instrument, a factor regulating organization, the factoring company (FC).

Факторинг является одной из древнейших форм кредитования. Этимология слова фактор уходит в латинский язык к глаголу *facio*, что дословно звучит, как “тот, кто делает”. Активное развитие факторинг получил еще в XIV веке в Англии, что было непосредственно связано с развитием текстильной промышленности. В то время рынки сбыта были удалены от мест производства продукции, а факторы играли роль связующего звена между изготовителями и конечными покупателями продукции. Перед фактором ставились задачи поиска платежеспособных покупателей, сбыта товара, хранения продукции, а также последующего инкассирования выручки.

Основное отличие между факторингом того времени и «настоящим» заключается, лишь в

том, что посреднику больше не вменяется обязанность по дистрибьюции товаров. С ростом факторинговых компаний к названным услугам добавилась функция финансирования продавца.

В Европе факторинг начал развиваться с 60-х годов XX века. Именно в этот период производители стали доверять рассрочке платежа при поставках товаров своим клиентам. Причинами, обуславливающими данную практику, с одной стороны, являлось постепенное формирование устойчивого «рынка покупателей», с другой стороны, недостаток свободных денежных средств покупателей и трудности с конечной реализацией продукта. Следовательно, для уменьшения сопутствующих основному виду деятельности рисков, покупатели предпочитали пользоваться коммерческим кредитованием, т. к. он во многом освобождает от соблюдения множества формальностей и носит неограниченный характер. При этом, зачастую, поставщики сами испытывали недостаток оборотных средств, не могли удовлетворить потребность клиента в рассрочке платежа. В этой связи факторинг оказался наиболее приемлемым ответом на вопросы о потребности поставщиков в оборотных средствах. Финансирование поставщиков сразу после отгрузки товара позволяло поставщикам предоставлять своим покупателям значительные рассрочки платежа, не заботясь о собственной ликвидности.

Появление в 1960 году первой факторинговой ассоциации – International Factors Group (IFG), объединяющей на сегодняшний день компании из более чем 50 стран мира, положило начало развитию международного факторинга. В рамках ассоциации была разработана электронная система передачи информации между факторинговыми компаниями, которая используется для очень быстрой оценки кредитоспособности должников.

Начиная с 80-х годов XX в. кластер факторинговых услуг, демонстрировал самые бурные темпы роста в финансовом секторе. Если объем подобных операций в 1998 году составлял 450 млрд. евро, то к 2003 году он достиг 760 млрд евро, таким образом, рост составил более 160 процентов.

Экономические реформы, проводимые в России с начала 90-х годов, неизбежно вели к возникновению и заимствованию новых финан-



совых инструментов ранее не известных отечественному рынку, к числу таковых относятся и рынок факторинговых услуг. История развития покупки дебиторской задолженности в России насчитывает около 20 лет, из которых 7–8 последних лет можно по-настоящему считать рассветом факторинговых услуг.

Первые попытки внедрить факторинг были предприняты Промстройбанком в 1988 году. Содержание факторинговых операций тех лет было далеко от международной практики и от современных реалий. В основном факторы имели дело с просроченной дебиторской задолженностью, тем самым выполняя функции коллекторских агентств. Обязательным условием таких соглашений являлась воля всех сторон финансового треугольника, причем поставщику гарантировались платежи путем кредитования покупателя. Факторинговое обслуживание носило характер разовых сделок. Однако уже в 1989 г. было опубликовано письмо Госбанка СССР № 252 “О порядке осуществления операций по уступке поставщиками банку права получения платежа по платежным требованиям за поставленные товары, выполненные работы и оказанные услуги”. Позднее Федеральный закон “О банках и банковской деятельности” включил факторинг в перечень банковских операций и сделок, тем самым, подводя российский факторинг под международные стандарты.

Согласно гражданскому законодательству РФ по договору факторинга одна сторона (финансовый агент) передает или обязуется передать другой стороне (клиенту) денежные средства в счет денежного требования клиента (кредитора) к третьему лицу (должнику), а клиент уступает или обязуется уступить финансовому агенту это денежное требование. Денежное требование к должнику может быть уступлено клиентом финансовому агенту также в целях обеспечения исполнения обязательств клиента перед финансовым агентом.

Основными документами, содержащими раскрывающие понятия и принципы осуществления международного факторинга, является Конвенция УНИДРУА “О международном факторинге” (UNIDROIT Convention on International Factoring) и резолюция Генеральной Ассамблеи ООН № 56/81 от 31 января 2002 года «О регулировании переуступки де-

биторской задолженности в международной торговле». Деятельность в рамках международного факторинга также регулируется “Правилами международного факторинговой деятельности” (GRIF – General Rules for International Factoring), которые приняты членами FCI и IFG.

В соответствии с конвенцией о международном факторинге, принятой в Оттаве в 1988 году Международным институтом унификации частного права (УНИДРУА), – операция признается факторингом, в случае ее соответствия хотя бы двум требованиям из четырех приведенных ниже требований:

1. Кредитование в форме предварительной оплаты долговых требований;
2. Инкассирование задолженности поставщика;
3. Ведение его бухгалтерского учета;
4. Страхование клиента от кредитного риска.

Наиболее значимый эффект финансирования под уступку денежного требования заключается в том, что он видоизменяет дебиторскую задолженность в наличие реальных денежных средств на счетах контрагентов, тем самым, обеспечивая выгоду всех субъектов факторинговых отношений: фактора (посредника – факторинговую компанию), клиента (поставщика) и должника (покупателя).

Высокие темпы развития экономики в начале 2000-х годов привели к росту интереса на факторинговые услуги. За довольно небольшой промежуток времени объем рынка факторинговых услуг России увеличился более чем в 10 раз и к 2004 году составил 140,7 млрд рублей. Финансово-экономический рост государства, возросший в 2–3 раза, объем иностранных инвестиций в различные сектора экономики, расширение рынка за счет регионов и постоянный прирост новых участников – в докризисный период данные факторы являлись локомотивом, обеспечивающим рост факторинга в Российской Федерации. Однако мировой финансовый кризис, парализовавший западные страны не обошел и Россию. Темпы роста факторинга снизились с 80,2 % в 2005 г. до 16,7 % в 2008 г. Рынок факторинга в первом полугодии 2009 г. сократился в два раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Главными причинами такой реакции

Секция 6. Экономика отрасли: эффективность, менеджмент, предпринимательство

стали ужесточение банковских требований к контрагентам, банкротство крупнейших «игроков» рынка и, как следствие, ограничение финансирования.

После первой «волны» кризиса лидирующую позицию на рынке факторинговых услуг занимал Промсвязьбанк с долей приблизительно равной 24 % рынка, за ним расположились НФК «Петрокоммерц», ФК «Еврокоммерц», ФК «ФТБ факторинг».

Проанализировав субъектный состав отношений, представляется возможным выделить три условные вида/категории факторов:

а) структурные подразделения банков, которые финансируются головным офисом;

б) дочерние и зависимые организации, привлекающие средства головных организаций;

в) обособленные компании, обладающие полной финансовой самостоятельностью. Данные организации имеют в распоряжении все, не запрещенные законодательством способы привлечения денежных средств. Несмотря на кажущуюся привилегированность, данные участники являются наименее развитыми, т. к. их создание требует больших финансовых затрат.

К влиянию данных категорий на функционирование Российской факторинговой системы мы вернемся чуть позже.

В посткризисные годы значительной доработке и расширению подвергся ассортимент предлагаемых факторинговыми компаниями услуг. Признанные лидеры разрабатывают и внедряют новые программные продукты и математические модели, которые позволяют добиться высокой эффективности и качества риск-менеджмента и бизнеса в целом. В качестве дополнения к основным услугам факторы внедряют электронную систему документооборота - аналогичную системе «Клиент-банк». Кредитору в режиме on-line предоставляется возможность контролировать движения средств от должников, начисление комиссий и сроки до остаточной выплаты. В рамках этой же системы он может подавать электронные документы и оформлять запросы. Такая система имеет особое значение для клиентов, имеющих развитую сеть покупателей. Она дает возможность отслеживать работу фактора, добросовестность контрагента и производить анализ погашения задолженности.

Факторинг показал себя с позиции гибкой и быстроразвивающейся системы. Он является привлекательным инструментом для всех групп предприятий независимо от размера. Для малых – поскольку позволяет получать финансирование без залога. Для средних предприятий в факторинге более важно страхование рисков и управление дебиторской задолженностью. Крупным предприятиям факторинг позволяет уменьшить дебиторскую задолженность без увеличения кредиторской, что особенно актуально, если предприятие намерено привлечь инвесторов.

Однако, несмотря на все преимущества, факторинговым операциям присущ ряд проблем. Главной проблемой остается сокращение количества потенциальных клиентов. В условиях кризиса факторинговым компаниям пришлось ужесточить требования, в то время как легкость привлечения средств была определяющим фактором при выборе, сопутствующих инструментов ведения бизнеса. В период кризиса поставщик был готов оплачивать явно завышенные комиссионные выплаты, однако даже за счет таких средств ФК не удалось бы удержаться «на плаву». В настоящий же момент, вспоминая о трудностях в получении факторинга, потенциальные клиенты стараются опираться преимущественно на собственный капитал.

Еще одной проблемой является трудоемкость внедрения и развития на рынке «безрегрессной» модели факторинга. Более высокая стоимость, оказываемых услуг и пассивов таких компаний практически не дает им шанс закрепиться на позициях низкорискованного факторинга и вынуждает создавать инфраструктуру для комплексных услуг, включающих страхование (покрытие риска неплатежа дебитора).

В планах большинства крупных «игроков» остается идея выхода факторинга из под банковских структур, однако слабо разработанная модель законодательного регулирования данного процесса и вопросы рентабельности этого шага ставят под сомнение скорое его воплощение. Прежде всего появление нового звена в цепочке участников приведет к существенному удорожанию продукта. Кроме того, к недостаткам можно отнести и рост банкротных рисков, потерю наработанной клиентской базы и т. д. Более широкое законодательное регулирование банковской деятельности и некоторые другие банковские особенности так-

же способствуют укреплению именно банковского сектора факторинговых операций.

Риски при предоставлении факторинговых услуг считаются выше, чем кредитные в основном из-за присутствия института залога у последних. В действительности же при использовании различных скоринговых систем риски многократно уменьшаются, но несмотря на это мировой финансовый кризис показал отсутствие в большинстве банков таких мер предосторожности. В подавляющем большинстве банками использовалась кредитная система оценки, что негативно сказалось на оперативности принятия решений.

Необходимым условием решения данных проблем является поддержка ФК, созданных на примере зарубежного опыта. Опубликовав статистические показатели в 2009 году, Всемирный банк косвенно подтвердил, что наиболее благоприятное соотношение объемов продаж факторинговых услуг в разных странах мира и ВВП этих стран наблюдается там, где банковский сектор наиболее удален от факторинга.

Для дальнейшего совершенствования института уступки дебиторской задолженности необходимо создать саморегулируемые организации, контролирующие деятельность факторов и их добросовестность. Этот шаг позволит не прибегать к дорогостоящему и длительному процессу лицензирования, что снизит нагрузку на бизнес.

В настоящее время рынок факторинговых услуг насыщается финансовыми институтами как федерального, так и регионального уровня. Экспансия ФК в регионы позволила увеличить объемы данного сегмента. Несмотря на то, что существенная часть факторинговых сделок совершается в пределах Москвы и Санкт-Петербурга (45 %), их число заметно снизилось в сравнении с 2009 г. (49 %). Довольно динамично факторинг развивается в Сибирском округе (12, 3%). Доля Сибирского федерального округа в общем объеме сделок в 2012 г. составила около 15,9 млрд долларов. Данные показатели говорят о неравномерном развитии не только развития факторинга, но экономического сектора в целом.

Касательно прогнозов развития рынка факторинга в России, аналитики рейтингового агентства «Эксперт РА», в 2013 г. прогнозируют

рост объема данного рынка в границах 15–30 % роста рынка по отношению к 2012 г.

Обобщение вышеизложенного материала показывает, что основными проблемами развития Российского факторинга в данный момент представляется не столько выбор участниками сценария развития – развиваться по средствам банков или попытаться «уйти» от такого соседства, сколько недостаточность законодательного регулирования данных правоотношений. Российское право так и не отдало факторингу законного места. В настоящее время ЦБ разработан лишь законопроект о саморегулируемых организациях на финансовом рынке. Однако детального регулирования факторинговых операций в нем не предусмотрено. Так же нерешенным остается вопрос предоставления преференций факторинговым компаниям и разработки специализированных экономических, финансовых и математических моделей и инструментов для улучшения функционирования данной сферы деятельности.

1. Конвенция УНИДРУА по международным факторным операциям: заключена в Оттаве 28.05.1988 // СПС Консультант Плюс. 2012
2. Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 2 от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ (в ред. Федерального Закона Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 422-ФЗ) // СЗ РФ. 1996. № 5. С. 410.
3. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (в редакции Федерального закона Российской Федерации от 06.12.2011) // СЗ РФ. 05.02.1996. № 6. С. 492
4. Антропова Т. Г. Факторинговые компании осваивают малый бизнес // Деловой Квартал. 2007. № 5. С. 7.
5. Кагина О. Рост на фоне кризиса // Эксперт РА. 2008. № 44 С. 108-114
6. Куприянов А. Предпосылки к развитию факторинга. // Финансовая газета 2009. № 1
7. Ланкова М. Факторинг // Расчет.-2009. № 4
8. Киселёва М. С. Классификация субъектов секьюритизации факторинговых активов и их роли в сделке. Экономические выгоды секьюритизации для участников сделки. // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и право». 2012. № 2. С. 17
9. Омский региональный фонд поддержки и развития малого предпринимательства URL: http://www.fondomsk.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=229&Itemid=2 (дата обращения: 20.12.2012).
10. Как меняется спрос на факторинг. // Factorings.ru URL: Factorings.ru (дата обращения: 13.01.2013).
11. Рейтинги // www.factoringpro.ru/ URL: <http://www.factoringpro.ru/index.php/exclusive-factoging-pro/2645-interview-pavel-samiev-direktor-expert-ra> (дата обращения: 13.01.2013).
12. Попов И. В. Рейтинги по данным анкет факторов // Эксперт РА. 2012.

СЕКЦИЯ 7. ИНФОРМАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 556: 551.57

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТНЫХ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ ТЕРРИТОРИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТЕОРОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

О. В. МЕЗЕНЦЕВА, *И. В. КАРНАЦЕВИЧ

Омский государственный институт сервиса
*Омский государственный педагогический
университет

Определение водных ресурсов территории – одна из главных задач воднобалансовой гидрологии. Оценка водных ресурсов стока важна для многих отраслей. Данные о водности рек необходимы речникам, туристам и рыбакам, жилищно-коммунальному, водному и сельскому хозяйству. Изменчивость водности рек часто создает проблемы тем, кто использует их ресурсы. В засушливом климате при отсутствии рек местный элементарный склоновый сток, равный разности осадков и испарения, может быть довольно значительным и способен даже на равнине формировать длительные наводнения. Для горных условий характерны быстро формирующиеся паводки.

Внедрение компьютеров и сетевых технологий в практику гидрологических и климатических исследований в последние десятилетия позволило решать задачи, которые 30–40 лет назад были неосуществимы. Гигантские базы метеорологических и гидрологических данных (с различной дискретностью), выставленные в Интернете, представляют собой интересный материал для исследований. Использование базы суточных метео данных для воднобалансовых расчетов и картографических генерализаций их результатов создает возможность выполнять географический анализ пространственного распределения статистических па-

раметров гидрологических характеристик даже в районах, малоизученных в гидрологическом отношении. Так, например, на территории России и бывших союзных республик протекает около трёх миллионов водотоков, но о стоке 99,8 % этих рек и речек мало что известно, и нужно использовать косвенные методы для изучения их водности.

На крупных и средних реках в постоянных створах ежедневно в течение многих лет измеряют уровни воды и по этим данным вычисляют объемы стока воды с водосборной площади через створ – за каждые сутки, каждый месяц и каждый год. Малые же реки практически слабо изучены или совсем не изучены в отношении их водных ресурсов. В Водном кадастре страны собраны миллионы значений измеренных уровней и расходов воды для нескольких тысяч створов изученных рек за много десятилетий, но ежегодно для сотен неизученных водотоков водные ресурсы приходится вычислять косвенными способами. Методы прямых измерений стока и его косвенных вычислений по уравнению водного баланса взаимно дополняют друг друга, позволяют взаимно контролировать результаты.

В течение 1960–2000-х гг. в Омском сельскохозяйственном институте были выполнены (начиная с 1962 г. – на ЭВМ «Минск-1», «Минск-32», «ЕС-1022») большие объемы водобалансовых расчетов по системе уравнений математической модели метода ГКР [1, 5, 6, 7, 9] для всех регионов Сибири, зоны БАМ, Казахстана, Среднего региона СССР, по данным об осадках и температурах сотен метеостанций – но *только по месячным интервалам* среднего статистического года и за непрерывные цепи расчетных интервалов конкретных лет. В 1975 г. расчет для одной станции за 36 лет (по 8 расчетных интервалам в году) занимал 3 минуты. В 1990–2000-е годы с переходом на современную компьютерную технику процесс расчетов ускорился. Появилась возможность делать автоматическую картографическую генерализацию полей гид-

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства



рологических характеристик, например, с помощью ГИС-программы Surfer. На *рисунке 1* приведена карта слоя годового стока, построенная по результатам расчетов для сотен метеостанций.

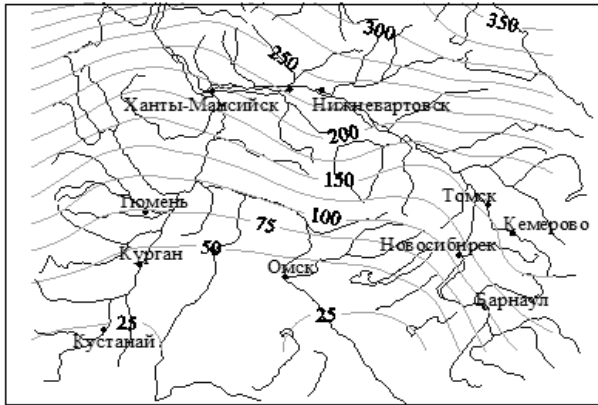


Рисунок 1. Фрагмент карты слоя годового стока Y (мм/год) в маловодном 1967 году (по результатам расчета элементов водного баланса для 490 станций Срединного региона [1, с. 45])

Полученные в ходе водобалансовых расчетов характеристики стока, влажности почвы, суммарного испарения позволяют производить статистический анализ их частотных распределений и получать значения статистик. Построенные карты стока, влажности почвы и суммарного испарения за конкретные месяцы и годы позволили изучить динамику водных балансов огромных территорий, ранее совершенно не освещенных данными подобного рода [2–4; 8].

Расчеты по данным метеостанций с суточным разрешением стали возможны, когда появились гигантские базы данных, выставленные бесплатно в Интернете, например, *meteo.ru*, созданна в Обнинске [10].

Несколько лет назад в Омском государственном педагогическом университете и Омском филиале Института математики СО РАН, на той же теоретической базе [6; 7; 9] была разработана СУБД WEATHER APP (программист канд. физ.-мат. наук С. А. Хрущев), позволяющая производить расчеты элементов текущих водных балансов по суточным интервалам, за непрерывный ряд лет, для сотен метеорологических станций территории, и практически мгновенно, генерировать поля элементов водного баланса, то есть строить карты изолиний за любые конкретные сутки, декаду, месяц, год или за средний многолетний интервал.

На *рисунке 2* представлен фрагмент результатов расчета элементов водного баланса элементарного водосбора по исходным данным о температурах воздуха и суточных суммах атмосферных осадков метеостанции Сочи, полученный с помощью СУБД WEATHER APP с использованием базы метеоданных *meteo.ru*.

| Расчеты суточных водных балансов | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|------------|-------|--------|---------|---------------|---------------------------|------------|-----------------------------|---------------|--------------|--------------|-----|------|---------------------|-----|-----|-----|--|--|--|--|
| Сочи | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1967-1972 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Влагоресурсы | | | | | | | | | | Теплоресурсы | | | | Результаты расчетов | | | | | | | |
| Дата | Тср | X, мм | X зим. | К попр. | X испар. зим. | X испар. инт. снеготаяния | Дата | КХ оконч. каждого интервала | Сумма Тср > 0 | Zm год | Zm оконч. мм | V1 | Bz | Z | H | Y | | | | | |
| 2151 | 14.11.1972 | 13 | 14 | | 1,11 | | 14.11.1972 | | 15,5 | | | 3,1 | 1,44 | 0,95 | 3 | 5,5 | 2,6 | | | | |
| 2152 | 15.11.1972 | 11 | 2 | | 1,11 | | 15.11.1972 | | 2,2 | | | 2,7 | 1,48 | 0,95 | 2,5 | 4,7 | 2,2 | | | | |
| 2153 | 16.11.1972 | 13 | 0 | | 1,11 | | 16.11.1972 | | 0 | | | 3,1 | 1,47 | 0,94 | 3 | 5,5 | 2,5 | | | | |
| 2154 | 17.11.1972 | 12 | 1 | | 1,11 | | 17.11.1972 | | 1,1 | | | 2,9 | 1,44 | 0,94 | 2,7 | 5 | 2,2 | | | | |
| 2155 | 18.11.1972 | 12 | 0 | | 1,11 | | 18.11.1972 | | 0 | | | 2,9 | 1,42 | 0,94 | 2,7 | 4,9 | 2,1 | | | | |
| 2156 | 19.11.1972 | 13 | 0 | | 1,11 | | 19.11.1972 | | 0 | | | 3,1 | 1,4 | 0,93 | 2,9 | 5,1 | 2,2 | | | | |
| 2157 | 20.11.1972 | 12 | 4 | | 1,11 | | 20.11.1972 | | 4,4 | | | 2,9 | 1,38 | 0,93 | 2,7 | 4,7 | 2 | | | | |
| 2158 | 21.11.1972 | 11 | 0 | | 1,11 | | 21.11.1972 | | 0 | | | 2,7 | 1,38 | 0,93 | 2,5 | 4,2 | 1,8 | | | | |
| 2159 | 22.11.1972 | 15 | 3 | | 1,11 | | 22.11.1972 | | 3,3 | | | 3,6 | 1,36 | 0,93 | 3,3 | 5,7 | 2,3 | | | | |
| 2160 | 23.11.1972 | 12 | 30 | | 1,11 | | 23.11.1972 | | 33,3 | | | 2,9 | 1,35 | 0,94 | 2,7 | 4,8 | 2,1 | | | | |
| 2161 | 24.11.1972 | 15 | 13 | | 1,11 | | 24.11.1972 | | 14,4 | | | 3,6 | 1,46 | 0,95 | 3,4 | 6,5 | 3 | | | | |
| 2162 | 25.11.1972 | 15 | 0 | | 1,11 | | 25.11.1972 | | 0 | | | 3,6 | 1,49 | 0,95 | 3,4 | 6,5 | 3,1 | | | | |
| 2163 | 26.11.1972 | 17 | 0 | | 1,11 | | 26.11.1972 | | 0 | | | 4,1 | 1,46 | 0,94 | 3,9 | 7,1 | 3,3 | | | | |
| 2164 | 27.11.1972 | 7 | 17 | | 1,11 | | 27.11.1972 | | 18,9 | | | 1,7 | 1,43 | 0,95 | 1,6 | 3 | 1,4 | | | | |
| 2165 | 28.11.1972 | 2 | 21 | | 1,11 | | 28.11.1972 | | 23,3 | | | 0,5 | 1,49 | 0,96 | 0,5 | 0,9 | 0,5 | | | | |
| 2166 | 29.11.1972 | 6 | 10 | | 1,11 | | 29.11.1972 | | 11,1 | | | 1,4 | 1,58 | 0,96 | 1,4 | 2,9 | 1,5 | | | | |
| 2167 | 30.11.1972 | 8 | 0 | | 1,11 | | 30.11.1972 | | 0 | | | 1,9 | 1,61 | 0,96 | 1,9 | 3,9 | 2,1 | | | | |
| 2168 | 01.12.1972 | 8 | 0 | | 1,11 | | 01.12.1972 | | 0 | | | 1,9 | 1,59 | 0,96 | 1,9 | 3,8 | 2 | | | | |
| 2169 | 02.12.1972 | 9 | 0 | | 1,11 | | 02.12.1972 | | 0 | | | 2,2 | 1,58 | 0,96 | 2,1 | 4,3 | 2,2 | | | | |
| 2170 | 03.12.1972 | 9 | 0 | | 1,11 | | 03.12.1972 | | 0 | | | 2,2 | 1,56 | 0,96 | 2,1 | 4,2 | 2,1 | | | | |
| 2171 | 04.12.1972 | 9 | 0 | | 1,11 | | 04.12.1972 | | 0 | | | 2,2 | 1,54 | 0,96 | 2,1 | 4,1 | 2 | | | | |
| 2172 | 05.12.1972 | 9 | 0 | | 1,11 | | 05.12.1972 | | 0 | | | 2,2 | 1,52 | 0,95 | 2,1 | 4 | 2 | | | | |
| 2173 | 06.12.1972 | 8 | 0 | | 1,11 | | 06.12.1972 | | 0 | | | 1,9 | 1,5 | 0,95 | 1,8 | 3,5 | 1,7 | | | | |
| 2174 | 07.12.1972 | 8 | 0 | | 1,11 | | 07.12.1972 | | 0 | | | 1,9 | 1,49 | 0,95 | 1,8 | 3,5 | 1,6 | | | | |
| 2175 | 08.12.1972 | 8 | 0 | | 1,11 | | 08.12.1972 | | 0 | | | 1,9 | 1,47 | 0,95 | 1,8 | 3,4 | 1,6 | | | | |
| 2176 | 09.12.1972 | 7 | 0 | | 1,11 | | 09.12.1972 | | 0 | | | 1,7 | 1,46 | 0,94 | 1,6 | 2,9 | 1,3 | | | | |
| 2177 | 10.12.1972 | 6 | 0 | | 1,11 | | 10.12.1972 | | 0 | | | 1,4 | 1,44 | 0,94 | 1,4 | 2,5 | 1,1 | | | | |
| 2178 | 11.12.1972 | 7 | 0 | | 1,11 | | 11.12.1972 | | 0 | | | 1,7 | 1,43 | 0,94 | 1,6 | 2,9 | 1,3 | | | | |
| 2179 | 12.12.1972 | 8 | 0 | | 1,11 | | 12.12.1972 | | 0 | | | 1,9 | 1,42 | 0,94 | 1,8 | 3,2 | 1,4 | | | | |
| 2180 | 13.12.1972 | 7 | 1 | | 1,11 | | 13.12.1972 | | 1,1 | | | 1,7 | 1,4 | 0,94 | 1,6 | 2,8 | 1,2 | | | | |
| 2181 | 14.12.1972 | 5 | 0 | | 1,11 | | 14.12.1972 | | 0 | | | 1,2 | 1,39 | 0,93 | 1,1 | 2 | 0,8 | | | | |
| 2182 | 15.12.1972 | 6 | 7 | | 1,11 | | 15.12.1972 | | 7,8 | | | 1,4 | 1,38 | 0,93 | 1,4 | 2,4 | 1 | | | | |
| 2183 | 16.12.1972 | 6 | 3 | | 1,11 | | 16.12.1972 | | 3,3 | | | 1,4 | 1,4 | 0,94 | 1,4 | 2,4 | 1,1 | | | | |
| 2184 | 17.12.1972 | 5 | 0 | | 1,11 | | 17.12.1972 | | 0 | | | 1,2 | 1,4 | 0,94 | 1,1 | 2 | 0,9 | | | | |

Рисунок 2. Фрагмент результирующей таблицы расчетов текущих водных балансов с суточным разрешением, по данным метеостанции Сочи (ноябрь–декабрь 1972 г.)

Гидрографы стока рек в XX веке можно было построить только по ежесуточным измененным уровням и вычисленным по ним расходам воды. Теперь многолетние цепи гидрографов с суточным разрешением можно полу-

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

читать без трудоёмких и дорогостоящих измерений в реке одним нажатием клавиши. На рисунке 3 показана цепь гидрографов элементарного стока в районе метеостанции Сочи, а на рисунке 4 выполнено сравнение расчетных и измеренных нормированных значений ежемесячных значений стока в долях от среднего за 6 лет [4]. Расчет сделан по данным метеостанции Сочи, расположенной на высоте 57 м, а измерялся сток в русле р. Сочи (створ с. Пластунка, площадь водосбора 238 км², средняя высота бассейна над уровнем моря 870 м, а наибольшая высота бассейна – около 1918 м).

Таким образом, база метеорологических данных ежесуточных измерений характеристик увлажнения и теплообеспеченности и примененная программа позволяют вычислять с достаточной для многих практических целей точностью суточные значения стока и других элементов водного баланса, то есть сугубо гидрологические характеристики. Это особенно важно для практики расчетов стока неизученных областей суши, для определения водных ресурсов неизученных водосборов, число которых на всех континентах исчисляется миллионами.

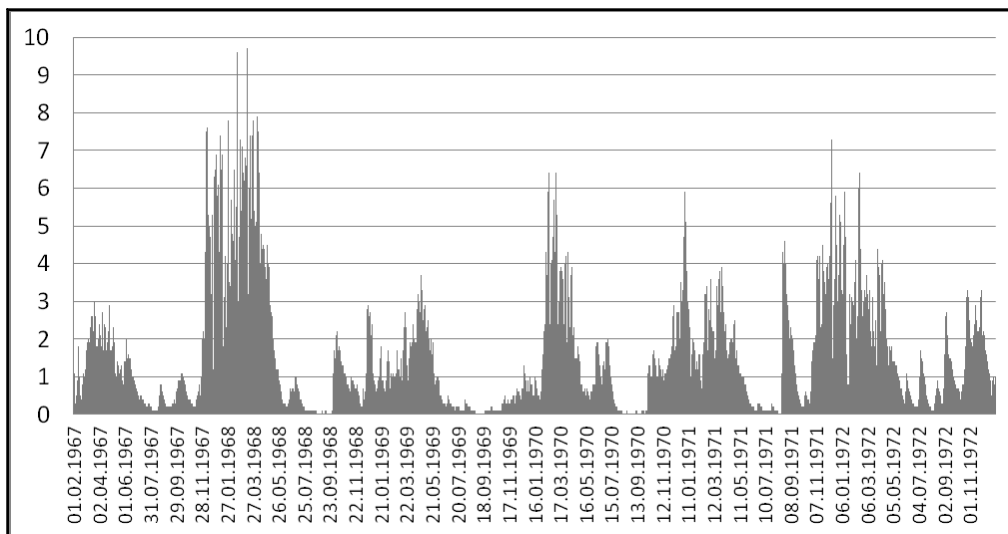


Рис. 3. Гидрографы элементарного стока с суточным разрешением, построенные по результатам расчета элементов текущих водных балансов для метеостанции Сочи
По вертикальной оси отложены ординаты суточных сумм слоя стока в мм.
Расчет выполнен за 2160 суточных интервалов



Рис. 4. Сравнение рассчитанного и измеренного стока в районе г. Сочи.
Ряд 1 – средние месячные расходы воды в р. Сочи в долях от среднего за все месяцы расхода 14,1 м³/с. Ряд 2 – средние месячные слои рассчитанного по суточным интервалам стока в долях от среднего за все месяцы слоя стока 44,9 мм/мес.



1. Возобновляемые ресурсы тепловлагообеспеченности Западно-Сибирской равнины и динамика их характеристик : монография / И. В. Карнацевич [и др.] // Омск : Изд. ФГОУ ВПО ОмГАУ, 2007. – 270 с.

2. Карнацевич И. В. Расчеты тепловых и водных ресурсов малых речных водо-сборов на территории Сибири. уч. пособие: Ч. I // Изд. Омск. с.-х. ин-та Омск, 1989, С. 76.

3. Карнацевич И. В. Расчеты тепловых и водных ресурсов малых речных водо-сборов на территории Сибири. уч. пособие: Ч. II // Изд. Омск. с.-х. ин-та Омск, 1991, С. 82.

4. Карнацевич И. В., Бикбулатова Г. Г., Ряполов К. В. Перспективы генетического метода расчета элементарного стока по суточным интервалам / Омский научный вестник, № 1 (104), 2011. С. 224–231.

5. Карнацевич И. В., Мезенцева О. В., Тусупбеков Ж. А., Бикбулатова Г. Г. Исследование динамики и картографирование полей элементов теплового и водного балансов и характеристик естественной тепловлагообеспеченности : монография / под общ. ред. О. В. Мезенцевой - Омск : Изд-во ОмГАУ. 2008. 224 с.

6. Мезенцев В. С. Метод гидролого-климатических расчетов и опыт его применения для районирования Западно-Сибирской равнины по признакам увлажнения и теплообеспеченности // Труды Омск. с.-х. ин-та Омск, 1957. Т. 27. 121 с.

7. Мезенцев В. С., Карнацевич И. В. Увлажненность Западно-Сибирской равнины. – Л.: Гидрометеиздат. 1969. – 168 с.

8. Мезенцева О. В. Пространственно-временная динамика элементов водного баланса и характеристик увлажнения на юге Западной Сибири // Вестник ТюмГУ. 2008. № 3. С. 251–260.

9. Режимы влагообеспеченности и условия гидромелиорации Степного края / В. С. Мезенцев [и др.]. М. : Колос, 1974. 239 с.

УДК 379.85

МОДЕЛЬ КАЧЕСТВА СЕРВИСА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ПРИЕМ УЧАСТНИКОВ ДЕЛОВЫХ ТУРОВ

С. Ю. ПЕЧЕНКИНА, Е. В. КУЛАГИНА

Омский государственный институт сервиса

В настоящее время Омская область обладает значительным потенциалом для развития туристкой инфраструктуры, обеспечивающей активизацию потоков внутреннего и въездного международного туризма. Этому способствует развитие экономических секторов региона: сельского хозяйства, нефтегазовой промышленности, машиностроения, военно-технического комплекса.

В Омске также проводится множество крупных международных выставок, посвященных различным отраслям экономики и сферам производства, научных конференций, ярмарок для самого широкого круга посетителей. Такие ежегодные выставки, как «ВТТВ2», «Сибирская агропромышленная неделя», «ПромТехЭкспо», «Дентал-Экспо», «ГазНефтеХим», «Связь. IT-технологии в промышленности».

Собирают массу российских и зарубежных специалистов. В то же время в Омске действуют филиалы и представительства многих известных иностранных торговых фирм, авиакомпаний, банков, компаний средств связи, в которые приезжают новые сотрудники или партнеры из других городов.

По мнению Роба Девидсона, бизнес-туризм связан с людьми, которые вынуждены путешествовать по работе. Деловой туризм объединяет корпоративную трэвел-индустрию (англ. corporate travel industry) и индустрию встреч (MICE). Деловой туризм включает собственно деловые поездки (командировки) бизнесменов и предпринимателей, конгрессно-выставочный и инсентив-туризм, проведение событийных мероприятий. К основным целям совершения деловых путешествий относится:

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

- Проведение встреч и переговоров с партнёрами.
- Проведение совещаний с руководством и коллегами, представителей филиалов и дочерних структур.
- Инспекция работы представительств и филиалов.
- Установление и налаживание деловых контактов.
- Посещение профессиональных мероприятий (выставок, конференций и т. д.).
- Обучение сотрудников.
- Обращение в государственные структуры различных стран с целью получения сертификатов, лицензий, разрешений и т. д.

В нашем регионе насчитывается 26 крупных предприятий индустрии гостеприимства. По приблизительным оценкам, в 2011 году в них останавливались около 400 тыс. человек. Из 400 тыс. человек, ежегодно размещающихся в гостиничных объектах области, лишь около 100 тыс. – иностранцы. Большая часть из них – как раз те самые бизнес-туристы, которые приехали для укрепления деловых, научных или внутрикорпоративных связей.

Гостиницы или отели для деловых лей должны обладать определенным набором услуг:

- наличие комфортного номера;
- средства связи, возможность выхода в Интернет;
- конференц-зал, зал для деловых переговоров в гостинице;
- услуги по организации досуга.

Производство гостиничных услуг характеризуется тем, что основной упор при создании системы качества продукта делается на качество сервиса. Качество сервиса – ключ к коммерческому успеху. Региональные отели, принимающие деловых туристов, зачастую при абсолютно идентичной материальной базе и направленности, отличаются друг от друга лишь качеством сервиса, что является для некоторых основным преимуществом в конкурентной борьбе. Однако создание эффективной системы обеспечения качественного сервиса в гостеприимстве – сложная управленческая задача, посильная только профессионалам.

Исходя из интересов и потребностей деловых туристов, к числу основных факторов качества сервиса в гостиничном комплексе можно обозначить следующие (рис. 1):

- место расположения гостиницы;
- профессиональная компетентность персонала;
- материальное и техническое оснащение номера;
- ценовая политика;
- уровень автоматизации предприятия;
- услуги питания;
- трансфер;
- бытовые услуги;
- наличие зоны для релаксации, услуги по культурной организации досуга;
- информационно-коммуникативная деятельность гостиницы.

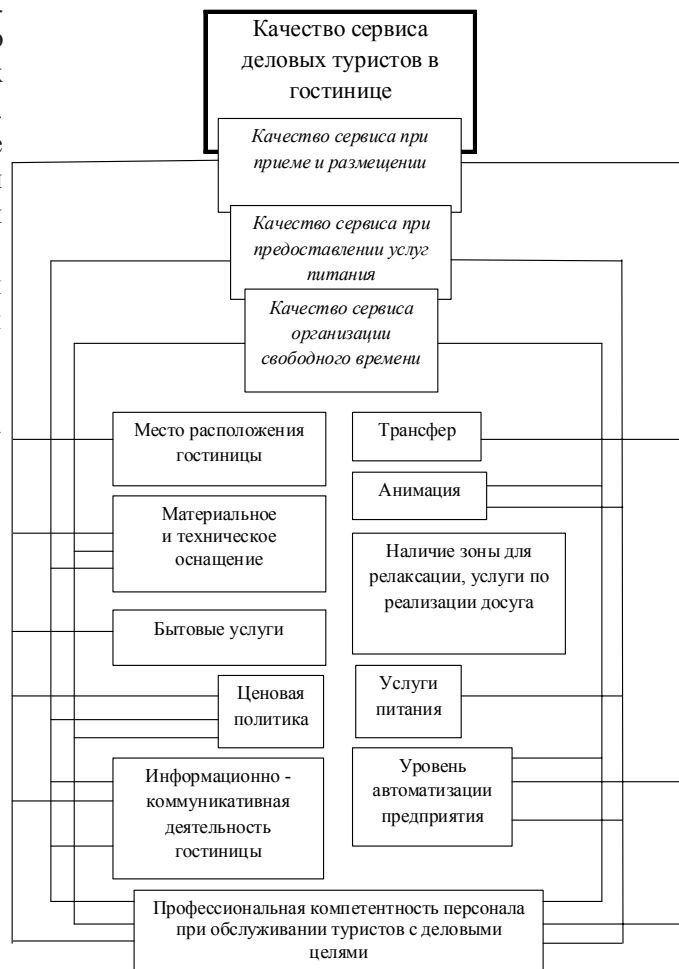


Рис. 1. Компоненты качества сервиса в гостинице для деловых туристов

В данном компоненте четко видно, что при хорошей работе каждого составляющего, качество сервиса в гостиничных предприятиях будет соответствовать уровню обслуживания для деловых туристов. Но не так легко подерживать все эти составляющие на высоком уровне.

Деловые туристы постоянно сталкиваются с рядом таких проблем, как наглость и грубость персонала, дорогая стоимость номеров, отсутствие интернета, незнание персонала гостиницы иностранного языка, отсутствие сайтов гостиниц на иностранном языке и многое другое. Многие гостиницы находятся в удаленных местах от центра города. Бизнес-туристы приезжающие на несколько дней или даже недель, сидят в выходные дни в номерах или же просто гуляют по городу. Отсутствие брошюрок по городу о его достопримечательностях говорит туристу лишь то, что в данном месте смотреть нечего.

В качестве ведущих направлений, обеспечивающих решение обозначенных проблем, можно выделить следующие:

- Реализация современных программ обучения персонала.
- Автоматизация контроля качества сервиса в гостинице.
- Внедрение международных стандартов качества.

Планирование работы гостиничного предприятия с учетом мероприятий, обеспечивающих решение актуальных проблем гостиничного обслуживания, позволит повысить качество сервиса туристов, посещающих или прибывших в Омский регион по линии делового туризма.

1. Гаранина Е. Г. Гостиницы для деловых туристов / Парад Отелей. 2008 № 5. С. 9

2. Журнал Хорека. У нас без вас проблем хватает // <http://www.magazine.horeca.ru/N-10.2008/14/> [Эл. ресурс]. Дата обращения: 03.03.2013 г.

3. Журнал Парад отелей. Проблемы размещения деловых туристов в столице // http://tourlib.net/books_tourism/sakun23.htm [Эл. ресурс]. Дата обращения: 03.03.2013 г.

УДК 379.851

ОТРАЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МАЛЫХ ГОРОДОВ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ П.Г.Т. БОЛЬШЕРЕЧЬЕ)

М. С. ПОДЛАСОВА, И. Е. КАРАСЕВ

Омский государственный институт сервиса

В данной статье дается описание и уровень развития рекламной деятельности малых городов Омской области на примере п.г.т. Большеречье (Омская область, Большереченский район).

Малые исторические города, как мы знаем, представляют особую ценность для нашей страны. Этому способствуют и богатые культурные ресурсы регионов, и местный колорит, изобретательность и предприимчивость самих жителей [1]. Города начали активно изучать свою историю, воссоздавать прежние традиции, праздники и предлагать совершенно новые.

На сегодняшний день огромную роль в развитии туристской индустрии и в продвижении турпродуктов играет Интернет. Реклама и формирование бренда города на интернет страницах очень велики.

Создано множество интернет-энциклопедий, в которых дается описание городов с их потенциалом и туристскими возможностями: свободная энциклопедия «Википедия», «Банк городов» и др. [4; 7]. Но уделяется ли должное внимание и полноценна ли туристская информация о малых городах/поселениях Омской области – вот основная цель нашего исследования.

Предметом исследования выступает поселок городского типа – Большеречье. Большеречье является одним из красивейших поселков Омской области. Это очень чистый, практически весь зеленый уголок, где протекает одна из известнейших рек – Иртыш, простираются обширные леса и поля. Почти каждый палисадник местных жителей украшен цвета-

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

ми и растительностью. Каждый год дети и взрослые следят за красотой поселка: на клумбах высаживают цветы, ухаживают и следят за ними, на субботниках убирают поселок. Очень много красивейших мест, которые можно посетить. Исследуя, на каком же уровне находится интернет-реклама, мы пришли к выводу, что она недостаточна.

При обращении к свободной интернет-энциклопедии «Википедия», нами было выяснено, что информация о достопримечательностях и природном потенциале поселка, очень мала [2]. В разделе «Культура» о поселке ровно три строки. (Рис. 1)

Культура [править]

В посёлке действует Большереченский зоопарк, в котором, несмотря на холодный климат, обитают зебры, львы и тигры, крокодил и анаконда, бегемоты и другие животные. Также в Большеречье работает историко-культурный комплекс «Старина Сибирская».

Часовой пояс [править]

Большеречье находится в часовом поясе Омское время. Смещение относительно UTC составляет +7:00. Относительно Московского времени часовой пояс имеет постоянное смещение +3 часа и обозначается в России как MSK+3.

Климат [править]

Умеренно-континентальный.

- Среднегодовая температура — +0,83 °C
- Среднегодовая скорость ветра — 3,98 м/с
- Среднегодовая влажность воздуха — 73,79 %
- Минимальная температура воздуха -50,7 °C зарегистрирована 24 января 2006г.
- Максимальная температура воздуха +34,5 °C зарегистрирована 1 июля 2005г.

Самый ветреный месяц — май, самый облачный — октябрь.

Рисунок 1

Одним из таких мест является Большереченский зоопарк, посмотреть который съезжаются люди со всей Омской области, а то из других городов. Зоопарк очень большой, чтобы его обойти потребуется часов 8 [3]. При первом поиске нами была найден неофициальный сайт зоопарка. Найти официальный сайт оказалось сложнее. Первым и основным минусом сайта является то, что сайт только на русском языке, возможности перевода отсутствуют. Данный факт не способствует развитию имиджа зоопарка среди иностранных туристов. Так же на сайте не все ссылки активны. Плюсами выступила огромная яркая и красочная фото-галерея.

С подобными минусами выступил и сайт музейного комплекса – «Старина Сибирс-

кая» [6]. Сайт очень информативный, но возможность перевода страницы так же отсутствовала.

На главной странице по туризму Омской области – Омское Прииртышье, нами было «найден» три строчки о малом поселении Большеречья, в прямом смысле этого слова (Рис. 2).

По рекламе разработанных туров как экскурсионных, так и событийных нами было выделено особое место турагентству «ОмскТур»[5]. На сайте представлена информация о местах размещения, даны программы всех экскурсий, карты проезда и знаменательные события. Но для наилучшего развития района необходима разработка единого, именно собственного портала Большеречья с переводом на несколько языков, который будет отражать все основные достопримечательности, природные ресурсы, национальные праздники, гуляния, общественные мероприятия, которые смогут заинтересовать не только внутреннего потребителя, но и перспективных зарубежных туристов.

The screenshot shows a web browser window with the URL omsk-tour.info/en/sightseeing-programmes. The page features a green header with the text 'ОТЗЫВЫ ТУРИСТОВ' (Reviews of tourists). Below this, there is a testimonial from 'Алексей (12.01.2011)' who visited the 'Данилов' lake. The page also includes a survey titled 'ОПРОС' (Survey) with the question 'Как часто вы отдыхаете в Омской области?' (How often do you rest in the Omsk region?). The survey options are: 'Каждые выходные' (Every weekend), 'Раз в месяц' (Once a month), 'Выезжаю только на праздники' (I only travel on holidays), 'Несколько раз в год' (Several times a year), and 'Не отдыхаю в Омской области' (I don't rest in the Omsk region). There are buttons for 'ЧИТАТЬ ВСЕ' (Read all), 'ОТРАВИТЬ' (Send), and 'ИТОГИ' (Results). A photo gallery titled 'Большеречье' (BolsheRechye) shows a group of people in a park. The page also contains several links to travel agencies and other resources.

Рисунок 2. Скриншот информации о Большеречье на сайте «Омское Прииртышье»

Из вышеизложенного материала, следует, что интернет-реклама п.г.т. Большеречье не может нести в себе функции основного фактора по развитию въездного туризма. Информация о поселке изложена в неполном и недоступном для иностранных туристов виде. Отсутствие качественных брендовых, имиджевых фильмов, неактивность в социальных сетях,

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

отсутствие переводов страниц «тормозят» развитие интернет-имиджа поселка.

Рекомендации по продвижению турпродукта малых городов в web-сфере:

1. Необходимость перевода интернет-страниц на несколько языков.
2. Пополнение информации о малых городах на таких международно-популярных страницах, как Википедия и Банк городов.
3. Создание качественных, красочных имиджевых фильмов по типу проекта «Мультироссия».
4. Размещение баннеров на популярных поисковых системах – Рамблер, Яндекс, Мейл.ру и др.
5. Активность ведения страницы города в Социальных сетях.

1. www.rumol.ru/foto/tagan/docs/turizm
2. www.wikipedia.org
3. www.rg.ru/2008/07/31/a246805
4. <http://omsk-turinfo.ru/upravlenie-razvitiem-i-prodvizheniem-turizma-malyh-poseleniy>
5. <http://www.omsktour.ru/>
6. <http://bolshereche.ru/>
7. <http://www.bankgorodov.ru>

УДК 338.48

ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ СУЩЕСТВУЮЩИХ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ТИПА

Е. В. СИВАКОВА, О. В. МЕЗЕНЦЕВА

Омский государственный институт сервиса

В статье дается характеристика и описание системы существующих Особых экономических зон туристско-рекреационного типа в России.

Туристско-рекреационная ОЭЗ – это территория, имеющая границы в рамках одного или нескольких регионов, сформированная: туристским предложением на основе высокой плотности объектов показа, видовыми характеристиками (природа, пейзаж, ландшафт), наличием развитой туристской инфраструктуры, социально-экономическим потенциалом, благоприятными экологическими условиями, транс-

© Е. В. Сивакова, О. В. Мезенцева, 2013

портной доступностью, а также возможностью встраивания предлагаемых туристских продуктов во внешние и внутренние туристские сетевые программы, в том числе в международную логистику [1].

Механизм формирования туристско-рекреационных особых экономических зон был запущен в 2006 г.: из 28 заявок было выбрано семь проектов по созданию туристско-рекреационных особых экономических зон. Победителями конкурсов стали Краснодарский, Алтайский и Ставропольский края, Республика Алтай и Бурятия, Калининградская и Иркутская области, а в 2010 году к ним присоединился и Приморский край. Позже в сентябре 2010 г. вышло Постановление Правительства Российской Федерации № 752 “О досрочном прекращении существования особой экономической зоны туристско-рекреационного типа на территории Краснодарского края” [2].

В итоге сегодня в Российской Федерации создано семь туристско-рекреационных особых экономических зон, их месторасположение представлено на *рисунке 1.*

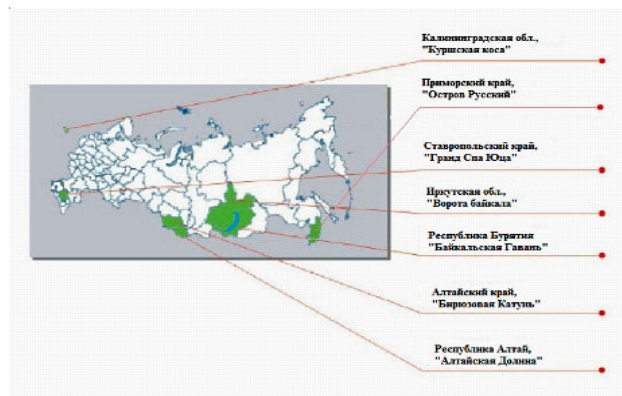


Рисунок 1. Месторасположение существующих ОЭЗ туристско-рекреационного типа в России

1. Туристско-рекреационная особая экономическая зона «Алтайская Долина» (Республика Алтай) [3].
2. Туристско-рекреационная особая экономическая зона «Байкальская гавань» (Республика Бурятия) [4].
3. Туристско-рекреационная особая экономическая зона «Бирюзовая Катунь» (Алтайский Край) [5].
4. Туристско-рекреационная особая эконо-

мическая зона «Гранд Спа Юца» (Ставропольский край) [6].

5. Туристско-рекреационная особая экономическая зона «Ворота Байкала» (Иркутская область) [7].

6. Туристско-рекреационная особая экономическая зона «Куршская коса» (Калининградская область) [8].

7. Туристско-рекреационная особая экономическая зона на территории острова Русский (Приморский край) [9].

Критериев отбора этих территорий существует несколько. Во-первых, в каждом из них должен быть уникальный природный объект, который сам по себе вызывает у туристов огромный интерес, например, Куршская коса или озеро Байкал. Второй критерий – экономическая эффективность, окупаемость проекта. Третий – его воздействие на развитие региона. Зоны должны стать точками роста, которые будут стимулировать развитие всей экономики соседних территорий, например транспорта, строительной отрасли, сферы обслуживания [10].

Туристско-рекреационные особые экономические зоны создаются для развития объектов инфраструктуры туризма и отдыха, развития и оказания услуг в сфере туризма в рамках туристских кластеров.

1. Степанова, С. А. Развитие туристского комплекса региона на основе повышения инвестиционной привлекательности туристско-рекреационных территорий. – Автореферат. СПб, 2010. – 42 с.

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2010 г. № 752 “О досрочном прекращении существования особой экономической зоны туристско-рекреационного типа в Краснодарском крае”.

3. Постановление Правительства РФ от 03.02.2007 N 67 “О создании на территориях муниципального образования “Майминский район” и муниципального образования “Чемальский район” Республики Алтай особой экономической зоны туристско-рекреационного типа”.

4. Постановление Правительства РФ от 03.02.2007 N 68 “О создании на территории муниципального образования “Прибайкальский район” Республики Бурятия особой экономической зоны туристско-рекреационного типа”.

5. Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. N 69 “О создании на территории Алтайского района Алтайского края особой экономической зоны туристско-рекреационного типа”.

6. Постановление Правительства РФ от 03.02.2007 N 71 “О создании на территории Ставропольского края

особой экономической зоны туристско-рекреационного типа”.

7. Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007г. N72 “О создании на территории Иркутского районного муниципального образования Иркутской области особой экономической зоны туристско-рекреационного типа”.

8. Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007г. N73 “О создании на территории Зеленоградского района Калининградской области особой экономической зоны туристско-рекреационного типа”.

9. Постановление Правительства РФ от 31 марта 2010 г. N 201 “О создании на территории острова Русский Владивостокского городского округа Приморского края туристско-рекреационной особой экономической зоны”.

10. Руководитель РосОЭЗ Андрей Алпатов // <http://www.rosez.ru/experts.html>

УДК 364.075.2

АССОЦИАЦИЯ «ТУРПОМОЩЬ» – ИНФОРМАЦИОННАЯ И ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА ТУРИСТОВ

И. Д. БЕККЕР

Омский государственный институт сервиса

В связи с участвовавшими банкротствами туроператоров и неспособностью их помочь туристам приказом правительства РФ объединение туроператоров в сфере выездного туризма «Турпомощь» 19 ноября 2012 года получило статус общероссийского. Теперь туда могут вступать туроператоры из всех регионов России [1].

Пока в организацию вступило около 10 компаний. Как считает Эдуард Кузнецов, возглавляющий «Турпомощь», сегодня членство в организации может стать для туроператора серьезным преимуществом в глазах туристов. Первоначальный взнос составляет 100 тысяч рублей, и, по расчетам Ростуризма, к маю размер фонда должен достичь 200 млн рублей.

Задача фонда – помощь находящимся за рубежом туристам в случае неисполнения туроператором своих обязательств. То есть неплатежей. Необязательно проблема в российском туроператоре, могут быть неплатежи и со стороны их зарубежных партнеров.

© И. Д. Беккер, 2013

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства



Последней каплей, приведшей к появлению «Турпомощи», стало банкротство в январе этого года одного из крупнейших операторов страны – компании «Ланта-тур вояж». Это событие, повлекшее неприятности для нескольких тысяч туристов, вынудило власти страны предпринять кардинальные шаги для обеспечения прав тех, кто отправляется за рубеж. В результате 3 мая 2012 года появилась новая редакция Федерального закона № 47 «Об основах туристской деятельности в РФ», которая в ст. 11.2 как раз и предполагает создание объединения «выездных» туроператоров и формирование компенсационного фонда, предназначенного для финансирования расходов на экстренную помощь туристам в случае неисполнения туроператором условий договора [4].

Создано объединение добровольно, а вот членство в нем – обязательно. Вернее, обязательным оно станет с 5 мая 2013 года – после этой даты ни одна компания России, не вступив в «Турпомощь», не сможет заниматься выездным туризмом в качестве оператора.

Что касается взносов в фонд, создаваемый при «Турпомощи» (пока, по словам ее главы Эдуарда Кузнецова, компании никаких перечислений не делали), закон устанавливает такой порядок: при вступлении в объединение операторы обязаны уплатить не менее 100 тыс. рублей, в качестве взноса, в компенсационный фонд и 0,05 % — от оборота реализации турпродукта за предыдущий год. А на следующий год взнос будет рассчитываться исходя из 0,1 % оборота реализации турпродукта за предыдущий.

Сейчас в едином федеральном реестре зарегистрирована 2331 компания, занимающаяся выездным туризмом, и если каждая из них внесет в фонд по 100 тыс. рублей, в общем сумма набирается немалая (более 230 млн).

Но существуют некоторые вопросы, которые остаются без ответа.

Кроме «застрявших» за рубежом туристов (а их чаще всего оказывается гораздо больше, чем называет банкрот), на родине обнаруживается множество клиентов, которые свои путевки уже оплатили, но никуда не поедут. Будет ли на них распространяться действие нового механизма? И как быть, если туристы оказались в зоне стихийного бедствия? Механизм станет работать так: если по прибытии

за рубеж турист узнает, что отдых не оплачен, он сразу же должен позвонить в «Турпомощь»: после этого в течение 24 часов его вернут на родину. Как? Это будет решать «Турпомощь». Георгий Мохов, главный эксперт права в сфере туризма России, подчеркнул, что россиянина обязательно доставят домой, но платить за отель для того, чтобы он продолжил свой отдых, никто не будет. Кроме того, вывозить станут только тех, кто купил полный пакет услуг, включающий, как минимум, проживание и перевозку. Те, кто приобрел только его часть (например, лишь проживание или только авиабилет), уповать на услуги «Турпомощи» не смогут. Так же, как и те туристы, которые всю поездку организуют самостоятельно (без участия турфирмы).

Что касается чрезвычайных ситуаций (природных катаклизмов, политических конфликтов и т. д.), то они вне зоны полномочий «Турпомощи»: в этом случае проблемами туристов обязаны заниматься профильные министерства (МИД, МЧС и прочие) [2].

Ассоциация «Объединения туроператоров в сфере выездного туризма «Турпомощь» обзавелась собственным сайтом и логотипом – теперь по адресу tourpom.ru можно получить актуальную информацию о работе организации.

Примечательно, что на сайте для удобства туроператоров собрана вся информация о процедуре вступления в ассоциацию – бланки, реквизиты банка, контакты и пр. Более того, на сайте размещена новостная лента и ссылки на интересные публикации в профильных изданиях.

По словам Эдуарда Кузнецова, портал будет являться рабочим инструментом объединения. «Сайт разработан для того, чтобы доводить до сведения общественности информацию о работе «Турпомощи». Отмечу, что все данные об организации будут находиться в свободном доступе» [3].

Делая выводы можно подчеркнуть следующее: создание «Турпомощи» с соответствующим финансовым фондом, безусловно, факт положительный, поскольку она будет решать оперативные проблемы туристов, «застрявших» за рубежом.

Практика летнего сезона 2012 года показала, что при определенных условиях проблемы

наших туристов за рубежом могут решать и сами операторы, но наличие какого-то координирующего центра и резервного фонда упростит процесс.

Но есть и минусы в работе «Турпомощи». Во-первых, туроператор не обязан отчислять взносы в фонд, то есть платить за ошибки и нездоровые амбиции конкурентов. Во-вторых, какова цель создания организации, которая будет подменять работу профессионалов – страховщиков. Сегодня это их дело – разбираться с клиентами проблемных турфирм, которым они выдали фингарантии. Если туристу не предоставляют оплаченных услуг, он собирает нужные документы и по возвращении на родину обращается за компенсацией в страховую компанию. Все возникшие расходы необходимо официально подтвердить, прежде чем требовать возмещения. Система уже отработана, есть законодательная база.

1. Кареева, Е. О. Объединение «Турпомощь» получило статус / Е. О. Кареева // http://www.ratanews.ru/news/news_22112012_3.stm

2. <http://novostispb.ru/news/tourism/3391/>

3. <http://www.tourpom.ru/>

4. Федеральный закон от 3 мая 2012 г. N 47-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

УДК 379.852

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Ю. Р. СОЛОДОВНИКОВА

Омский государственный институт сервиса

Экологический туризм – путешествия к относительно неискаженным или незагрязненным областям с уникальными природными объектами. Экотуризм – это природный туризм, который включает изучение окружающей природной среды и служит для улучшения обстановки в этой среде. В основе экотуризма лежит забота об окружающей среде. На первый план выходит организация поездки с ограниченным числом участников в природные зоны с возможным посещением мест, пред-

© Ю. Р. Солодовникова, 2013

ставляющих культурный интерес, с целью реализации различных проектов охраны и рационального использования природных ресурсов [1, с. 125].

Можно выделить четыре вида экологического туризма:

1. *Научный туризм.* Туристскими объектами в таких турах выступают особо охраняемые природные территории, заповедники, заказники, национальные парки. В ходе научных экологических туров туристы участвуют в различных исследовательских экспедициях, ведут полевые наблюдения.

2. *Туры истории природы.* Это совокупность учебных, научно-культурных и туристских экскурсий, пролегающих по специально образованным экологическим маршрутам. Наиболее часто такие экологические туры организуются по территориям заповедников, национальных парков, по туристским территориям и акваториям.

3. *Приключенческий туризм.* В него можно включить следующие туры: отдаленные регионы, краткосрочные туры на велосипедах, пешеходные маршруты по сложной местности, путешествия со значительными физическими нагрузками. Данный вид экотуризма объединяет все путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе [2, с. 75].

4. *Путешествия в природные заповедники и резервации.* Высокая атрактивность уникальных и экзотических природных объектов и явлений, находящихся в заповедниках, привлекает множество туристов.

Природные исследуемые ресурсы Омской области богаты и разнообразны. В настоящее время основной проблемой, влияющей на развитие туризма в Омской области, является отсутствие комплексной системы рекламно-информационного продвижения туристско-рекреационных ресурсов Омской области на внутреннем и международном уровне. Проведенная туристская паспортизация и аналитические обзоры Омской области говорят о широком потенциале туристского предложения, основой которого являются природные ресурсы. Оценка состояния рынка туристских услуг в Омской области свидетельствует о повышении его роли в экономике региона.

Уникальность природы Омской области в том, что на ее территории, на протяжении 600 километров с севера на юг можно увидеть последовательную смену природных комплексов: полную тайгу, мелколиственные леса, северную и южную лесостепи и степь. На территории области 13 ботанических, 17 зоологических и два комплексных заказника, один природный парк, 99 памятников природы.

В Омской области перспективен север – экологически чистые районы, но из-за отсутствия развитой коммуникации, раскрутки этого района и области в целом, все останется как есть. Без изменения ситуации положениях регионального туризма область будет лишена необходимых доходов в местный бюджет, продолжится развал системы рекреационных учреждений, а большинство омичей будет довольствоваться кратковременными поездками за город с отдыхом в пригородных зонах отдыха без ночевки или отдыхом на дачном участке.

Климатические факторы на территории Омской области являются определяющими для развития рекреационной отрасли, и наиболее благоприятным, по нашему мнению, является климат лесостепной зоны, по которой и проходит основная полоса расселения населения.

Основная масса рекреационных объектов на территории Омской области приурочена к водным объектам: рекам и озёрам, поэтому при формировании концепции развития рекреации и туризма и изучения мест тяготения рекреантов следует опираться, прежде всего, на речную сеть и на систему озёр. В пределах Омской области течет более 4230 больших и малых рек. Озёр насчитывается около 16000. На севере и в средней полосе озёра в основном пресные, на юге значительная часть из них солёные.

Ландшафтные зоны Омской области разнообразны, из них более привлекательны таёжные природные комплексы, обладающие наибольшей плотностью произрастания хвойных пород и привлекательные для спортивного туризма. Животный мир благоприятен для использования в охотничьих турах, а также в перспективе – для экологического туризма и фотоохоты.

Реализация программных мероприятий в рамках экологического туризма позволит со-

здать основу для более динамичного развития туристской отрасли, главным образом, – въездного и внутреннего туризма.

1. Зорин И. В. Энциклопедия туризма / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. М. : Финансы и статистика, 2000. 326 с.

2. Храбовченко В. В. Экологический туризм / В. В. Храбовченко. М. : Финансы и статистика, 2004. 148 с.

УДК 379.822

АНАЛИЗ ПРОФЕССИИ ЭКСКУРСОВОДА В ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Ю. Р. СОЛОДОВНИКОВА

Омский государственный институт сервиса

Всякая профессия представляет собой род трудовой деятельности, которая требует от человека определенных знаний и трудовых навыков. Приобретаются эти знания и навыки путем общего или специального образования и в ходе повседневной практической деятельности работника.

Появление новой профессии связано с мерами, принятыми директивными органами в 1969 г. по развитию туризма и экскурсионного дела в стране. Изменение функций экскурсий, превращение их из формы отдыха в форму культурно-воспитательной работы в трудовых коллективах, по месту жительства трудящихся и с туристами, в крупную отрасль обслуживания населения способствовало повышению роли экскурсоводов, дальнейшему становлению новой специальности. Экскурсовод, который в 1940 г. был определен как руководитель экскурсии, в музеях – сотрудник, показывающий экскурсантам выставленные для обозрения предметы и дающий необходимые пояснения, в 70-х годах стал одним из тех, кому доверено нести знания людям, экскурсовода стали рассматривать как педагога и воспитателя. Экскурсоводами стали называть работников бюро путешествий и экскурсий, государственных и ведомственных музеев, постоянных выставок, художественных галерей, организаций “Спутника”, “Интуриста”, Министерства просвещения, которые проводят экскур-

© Ю. Р. Солодовникова, 2013

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

— + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + —

сии с показом памятников, примечательных мест, экспозиций музеев. Звание “экскурсовод” присваивалось работникам названных организаций, которые имели соответствующее образование, прошли подготовку на специальных курсах или самостоятельно выполнили все требования, предъявляемые к лицам, которые окончили курсы подготовки экскурсоводов. Требования к экскурсоводу определялись “Должностной инструкцией экскурсовода туристско-экскурсионной организации”, утвержденной в 1977 г. К началу 90-х годов в экскурсионных учреждениях работало или сотрудничало на правах совместителей более 70 тысяч экскурсоводов. Экскурсовод стал центральной фигурой экскурсионного дела [1, с. 120].

Важную роль в подготовке и повышении квалификации экскурсоводов, руководителей туристских групп, организаторов путешествий и экскурсий играли курсы подготовки и переподготовки туристско-экскурсионных работников, создаваемые при бюро путешествий и экскурсий областных и краевых советов по туризму и экскурсий. Методологическое руководство курсами осуществлял Институт повышения квалификации.

Туристские общественные кадры проходили обучение на семинарах (сборах) начальной, средней и высшей туристской подготовки, а также в школах, подведомственных совету по туризму и экскурсиям, с участием областных, краевых федераций туризма. Существовала также вневедомственная подготовка туристских общественных кадров – путем обучения на факультетах общественных профессий (ФОП), создаваемых при высших учебных заведениях. Работники массовых профессий повышали свою квалификацию в учебно-курсовых комбинатах (УКК), подведомственных советам по туризму и экскурсиям [2, с. 25].

В туристско-экскурсионной системе профсоюзов была создана также структура экономического образования работников – школы коммунистического труда, конкретной экономики, экономические семинары. Были организованы методические советы по экономическому образованию и воспитанию кадров при ЦСТЭ и при краевых и областных советах по туризму и экскурсиям.

В Алтайском крае в 1980-е гг. действовали краевые курсы подготовки кадров для туристско-экскурсионной сферы по следующим спе-

циальностям: экскурсовод, групповод, инструктор. Новосибирским областным советом по туризму и экскурсиям в 1980 г. была расширена подготовка и повышение квалификации штатных работников, экскурсоводов и общественного туристского актива. Более 50 работников совета, бюро и общественников повысили квалификацию на семинарах при центральных и зональных туристских курсах, 29 экскурсоводов и 60 человек слушателей занимались на курсах подготовки и переподготовки экскурсоводов. В 1981 г. в Кемеровском областном совете по туризму и экскурсиям работало 16 сотрудников с высшим образованием, остальные 7 человек имели среднее или среднее специальное образование. В том же году прошли обучение на центральных и зональных курсах 79 сотрудников облсовета и подведомственных организаций, в том числе 28 человек из туристского общественного актива. Областным советом по туризму и экскурсиям систематически проводились с активом областные и городские семинары [3, с. 122].

Большое внимание подготовке кадров для туризма уделялось в Омской области. В постановлении Омского областного совета по туризму и экскурсиям, вышедшем в 1985 г., “О работе учреждения областного совета по туризму и экскурсиям по подготовке, повышению квалификации и воспитанию кадров” отмечалось, что только в Омском бюро путешествий и экскурсий в течение 1983–1985 гг. прошли подготовку и повысили квалификацию 170 экскурсоводов. Проводилась работа по подготовке и повышению квалификации работников и других бюро путешествий и экскурсий, подведомственных Омскому совету. Так, 16–17 марта 1985 года, в целях повышения квалификации, для экскурсоводов и руководителей туристических групп Исилькульского, Калининского и Тарского бюро был проведен семинар [3, с. 125].

С развитием туристского рынка в 1990-е гг. возникла потребность в подготовке кадров с новым типом мышления и поведения. Стимулированию такой подготовки способствовал ряд государственных документов, регламентирующих туристскую деятельность: Закон об основах туристской деятельности в РФ; По-



ложение о лицензировании международной туристской деятельности; Правило сертификации туристских услуг. Инструкторы, гиды, экскурсоводы, работающие с туристскими группами, должны были иметь специальную подготовку и документ, удостоверяющий это.

Современная социально-должностная и профессионально-квалифицированная структура туризма существенно отличается от предшествующего периода (1960–1990 гг.) по предмету труда, социальному эффекту деятельности и по содержанию туристско-экскурсионного образования.

В Западной Сибири подготовку специалистов для сферы сервиса и туризма осуществляют как государственные, так и негосударственные высшие и средние специальные учебные заведения Новосибирска, Омска, Тюмени, Томска, Барнаула, Горно-Алтайска, Кемерово и др.

Сегодня повышение квалификации также является важным и необходимым условием деятельности экскурсоводов. Повышению профессионального мастерства экскурсовода способствуют: учебно-тренировочные экскурсии (без участия группы под руководством опытного методиста), учебно-показательные экскурсии (проводятся опытными методистами), выездные занятия «у объекта», специальные упражнения на развитие памяти, наблюдательности. Повышение квалификации на базе каких-либо организаций, учебных центров, подтверждаемое соответствующими документами (свидетельством, сертификатом), осуществляется, как правило, на платной основе.

Существуют разные формы повышения квалификации экскурсоводов. Рассмотрим некоторые из них. Во-первых, это семинары, которые могут быть организованы центрами занятости, комитетами по туризму при правительствах субъектов РФ, факультетами повышения квалификации при вузах, отдельными субъектами туристской индустрии. Тематика таких семинаров – частные вопросы экскурсионной деятельности, например, этика общения с экскурсантами и туристами, безопасность на экскурсиях и вопросы страхования от несчастных случаев, проблемы составления договоров на экскурсионные услуги, ответственность сторон (экскурсионных бюро, музеев, транспортных предпри-

ятий) за нарушения договора. В таких семинарах участвуют, как правило, экскурсоводы с опытом работы. Продолжительность таких семинаров – один-два дня.

Вторая форма – курсы повышения квалификации экскурсоводов (20–70 академических часов в течение 3–4-х месяцев). В программы обучения входит, как правило, изучение новых экскурсионных маршрутов, новых тем, программ индивидуальных туров.

В-третьих – курсы подготовки экскурсоводов для начинающих. Объем курсов для начинающих – не менее 100 академических часов. Обучение завешается выдачей свидетельства.

Требования к профессии экскурсовода трансформируются в связи с потребностями общества. Профессия экскурсовода представляет собой род трудовой деятельности, который требует от человека определенных знаний, умений и навыков, приобретаемых как путем общего или специального образования, так и в ходе повседневной практической деятельности людей. Кроме того, в представлении людей существует имидж экскурсовода, то есть совокупность внешних и внутренних характеристик, которые традиционно ассоциируются с представителями данной профессии. Таким образом, в сознании окружающих, существует модель имиджа экскурсовода, составными элементами которой являются визуальный образ (одежда, макияж), аудиальный образ (голос, дикция), представление о внутренних качествах человека этой профессии (интеллигентность, эрудированность, доброжелательность).

Итак, для квалифицированного экскурсовода необходимо не только владеть суммой знаний, умений и навыков по подготовке и проведению экскурсии, но и правильно и красиво говорить, быть тонким психологом и наблюдателем, умелым организатором и руководителем, наконец, следить за своим внешним видом.

1. Емельянов Б. В. Профессиональное мастерство экскурсовода : учебное пособие / М. : ЦРИБ «Турист», 1986. 184 с.

2. Квартальнов В. А., Сенин В. С. Организация туристско-экскурсионного обслуживания / М. : Центр рекламно-информационного бюро «Турист», 1987. 136 с.

3. Кондратенко, Е. А. Кадровый потенциал турист-

ско-экскурсионных организаций Западной Сибири и его влияние на качество обслуживания // Известия Алтайского государственного университета. Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2008. Вып. № 4/3. С. 122–125.

УДК 379.822

ВИРТУАЛЬНАЯ ЭКСКУРСИЯ В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ

И. Е. КАРАСЕВ, Б. К. СМАГУЛОВ

Омский государственный институт сервиса

Сегодня, несмотря на теоретическую непроработанность понятия, все большую популярность набирает виртуальная экскурсия. Виртуальные экскурсии используются в разных сферах человеческой жизнедеятельности, особенно на сайтах медицинских учреждений, спортивных заведений, салонов красоты, музеев и т. п. Свою нишу занимает виртуальная экскурсия и в туристской сфере: ее активно используют в своей деятельности туроператоры и турагенты.

Среди многообразия имеющихся определений понятия «виртуальная экскурсия» можно выделить, на наш взгляд, наиболее частые:

1) виртуальная экскурсия – это эффективный презентационный инструмент, с помощью которого возможна наглядная и увлекательная демонстрация любого реального объекта в урочной и внеурочной деятельности;

2) виртуальная экскурсия – это организационная форма обучения, отличающаяся от реальной экскурсии виртуальным отображением реально существующих объектов с целью создания условий для самостоятельного наблюдения, сбора необходимых фактов и т. д. [1];

3) виртуальная экскурсия – это экскурсия, виртуально отображающая реальные объекты экскурсии;

4) виртуальная экскурсия – иллюстрированное описание объектов городов, памятников архитектуры, музеев, картин и т. д., дающая возможность заглянуть в самые отдаленные уголки планеты и даже в укрытые от человеческого взора места [2].

© И. Е. Карасев, Б. К. Смагулов, 2013

Виртуальную экскурсию могут использовать разные субъекты туристской сферы, главными из которых являются следующие:

1) студенты, обучающиеся по направлению «Туризм». В рамках учебной деятельности виртуальная экскурсия позволяет интенсифицировать восприятие нового материала, вызывать больший интерес к учебной теме, расширить кругозор студента, охватить широкую географическую территорию и т. д. Виртуальные экскурсии наиболее эффективны в преподавании таких учебных дисциплин, как «Основы туризма», «Мировая культура и искусство», «Культура и традиции народов мира», «Культурно-просветительский туризм» и т. п.

2) туристские агенты. В этом случае виртуальная экскурсия может преследовать три цели: получение самим турагентом подробных знаний о конкретном регионе, демонстрация визуально-звукового ряда клиенту туристской фирмы и реклама конкретной страны;

3) люди с ограниченными физическими возможностями. В силу невозможности путешествовать реально названные субъекты туризма могут использовать компьютерные технологии;

4) люди с недостатком материальных средств. Людям, которым не хватает средств для путешествий, виртуальная экскурсия может быть прекрасной альтернативой. Не выходя из дому, с помощью виртуальной экскурсии мы сможем побывать в разных уголках планеты, познакомиться с самыми известными мировыми достопримечательностями, узнать быт и культуру интересующей нас страны и т. п.

Виртуальная экскурсия, как и любая другая форма туристской деятельности, имеет свои достоинства и недостатки. К ведущим преимуществам виртуальной экскурсии можно отнести следующие:

1) большая популярность на сегодняшний день;

2) доступность (возможность посещения туристских объектов без больших финансовых затрат и без траты большого количества времени);

3) возможность самостоятельно визуально ознакомиться с интересующими объектами;

4) возможность просмотра в любое удобное время;

5) возможность знакомиться с экскурсией многократно и изучать дополнительную предлагаемую информацию;

6) одновременное присутствие в разных географических точках.

Наряду с отмеченными достоинствами виртуальной экскурсии можно выделить и ее недостатки, среди которых:

1) заочность присутствия;

2) отсутствие диалогичности;

3) зависимость от авторов виртуальной экскурсии: человек, осуществляющий виртуальную экскурсию, изучает только те объекты, которые включены авторами;

4) ограниченность впечатлений.

Виртуальная экскурсия имеет свои обязательные условия подготовки и публикации:

1) наличие не менее двух помещений для оказания услуг/продажи товаров (чем больше и разнообразнее оформленных – тем лучше);

2) не менее двух видов оказываемых услуг (чем больше и разнообразнее – тем лучше);

3) умение выделить и объяснить свои преимущества [3].

Несмотря на то, что виртуальная экскурсия появилась сравнительно недавно, она привлекает к себе все большее внимание, как туристов-практиков, так и теоретических исследователей в сфере туризма. Популярность этой формы обусловлена теми широкими возможностями, которые она предоставляет.

1. http://www.it-ru.comunities.aspx?cat_no=107408&tmpl=com

2. <http://louvre.historic.ru/virttour.shtml>

3. www.coolreferat.com

УДК 379.822

КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРИСТСКИХ СТАНДАРТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

И. Е. КАРАСЕВ, Б. К. СМАГУЛОВ

Омский государственный институт сервиса

Цель данной статьи – систематизировать туристские стандарты России в соответствии с различными критериями.

Источниками для написания нашей работы послужили тексты стандартов, применяемых в туристской индустрии России.

В настоящее время на территории России в различных сферах туристской индустрии применяются около 40 стандартов, охватывающих последовательно разные этапы в организации туристского обслуживания. В данный момент классификация туристских стандартов является одним из наименее изученных вопросов в научных исследованиях.

Данная работа представляет собой попытку построить определённую иерархию туристских стандартов, применяемых в туристской индустрии России. Для построения иерархической схемы классификации туристских стандартов мы исходили из того, что стандарты могут различаться в зависимости от уровня их разработки и применения. Так, международный стандарт понимается как стандарт, разработанный и принятый Международной организацией по стандартизации (ИСО). Согласно ГОСТ Р 1.0–2004 «Стандартизация в Российской Федерации. Основные положения» [1], международные стандарты применяются в России на основе международных соглашений (договоров) о сотрудничестве или с разрешения соответствующих органов по стандартизации. В Федеральный фонд стандартов и общероссийских классификаторов поступают международные стандарты, в том числе и по туристской отрасли, например, ISO 18513: 2003 «Туристическое обслуживание. Гостиницы и другие типы жилья для туристов. Терминология» [87, с. 65]. В то же время международные стандарты ИСО в туристской отрасли

© И. Е. Карасев, Б. К. Смагулов, 2013

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

России непосредственно не применяются, а требуется их введение в российскую систему стандартизации. Они переформируются как национальные стандарты России.

Классификацию российских национальных стандартов по туристской индустрии можно представить в виде следующей схемы.



Рисунок 1. Схема классификации туристских стандартов Российской Федерации

Как следует из представленной схемы, национальные стандарты России неоднородны по территории применения. В этом случае различаются межгосударственные стандарты (с индексом «ГОСТ»), действующие на территории России и стран СНГ, и «внутрироссийские» национальные стандарты (с индексом «ГОСТ Р»), применяемые только на территории России.

Далее в составе «внутрироссийских» национальных туристских стандартов представляется возможным выделить стандарты, разработанные на основе стандартов ИСО (например, ГОСТ Р 53423) и специфические российские стандарты, разработанные в России. Ука-

занные две группы стандартов в целом можно учесть специфику туристской индустрии можно подразделить на стандарты на услуги и стандарты на продукцию. Далее в составе стандартов на услуги выделяется ряд групп стандартов в соответствии с логикой организации туристского обслуживания (стандарты на перевозки, стандарты на услуги питания, стандарты на бытовые услуги и др.). В свою очередь, например, стандарты на бытовые услуги подразделяются на ряд стандартов по конкретным видам бытовых услуг (услуги прачечных, услуги химчистки и др.), которые представляют собой конечное звено в представленной классификации стандартов туристской индустрии.

Таким образом, классификацию туристских стандартов, возможно, проводить с учётом принципа иерархии, когда каждый вид стандарта логически выделяется из стандартов более высокого уровня.

1. ГОСТ Р 1.0–2004 Стандартизация в Российской Федерации. Основные положения. М.: Стандартинформ, 2007. 10 с.

2. Новые поступления стандартов ИСО и МЭК в Федеральный фонд стандартов и общероссийских классификаторов технико-экономической и социальной информации // Национальные стандарты. 2004. № 2. С. 65–96.

УДК 377.035.6:001.895

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ПРОЕКТОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ ЭКСКУРСОВОДОВ

Н. А. СЕДОВА

Омский государственный институт сервиса

На современном этапе развития общества наиболее востребованы будут те выпускники туристских вузов, которых характеризует проявление творческой активности, способность правильно оценить ситуацию, быстро найти адекватное решение, поскольку в условиях перехода российской высшей школы на двухуровневую систему образования особую актуальность приобретает установление тесной связи между обучением и реальной профессиональной деятельностью.

Известно, что существуют психологические различия, базирующиеся на основных характеристиках самосознания личности, между отношением к профессиональной деятельности обучающегося в учебном заведении и специалиста-практика. Исследователи говорят о четырёх дифференциальных факторах, оказывающих влияние на разное отношение к профессиональной деятельности студента и действующего сотрудника [1]:

- 1) мотивация профессиональной деятельности;
- 2) организация взаимоотношений;
- 3) отношение к познанию и практике;
- 4) критерии самооценки и самоуважения, мотивы самоутверждения и самовыражения.

Заменить позицию обучающегося на позицию работника или максимально сблизить их – основная задача современного высшего профессионального образования, решить которую можно с помощью практико-ориентированных методов обучения. Принцип практической направленности образования является одним из фундаментальных дидактических принципов современной педагогики, поскольку позволяет разрешить противоречие между теорией и

практикой профессиональной подготовки, определяет все элементы процесса обучения и воспитания. В условиях российских вузов внедрение практико-ориентированных методов обучения проявляется в оптимизации производственной практики, значительном увеличении объема практических занятий (в соответствии с требованиями ФГОС ВПО) и насыщении их проблематикой профессиональной деятельности, внедрении элементов деловых и ролевых игр.

Использование практико-ориентированных методов позволяет комплексно влиять на все составляющие процесса обучения, а именно:

- стимулировать мышление обучающихся, способность к самостоятельному поиску информации и профессиональному самообразованию;
- активизировать познавательную деятельность обучающихся и их интерес к учебным, в том числе профессиональным, дисциплинам;
- формировать мотивацию, умения и способности действовать в обобщенных профессионально-практических условиях;
- формировать профессионально важные качества, на практике способствующие профессиональной адаптации выпускников образовательного учреждения.

Таким образом, практико-ориентированные методы позволяют сориентировать обучающихся во внешних условиях профессии (знакомство с содержанием деятельности, представителями профессии), адаптироваться к внутренним условиям профессиональной деятельности (условия карьерного роста, мотивация деятельности, готовность к разным видам деятельности), развить профессиональную рефлексию и самооценку.

Одним из практико-ориентированных методов является *метод проектов*. Проект – это совокупность задач или мероприятий, связанных с достижением запланированной цели, которая обычно имеет уникальный и неповторимый характер. «Метод проектов – способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы, которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом» [3].

Метод проектов не является принципиально новым в мировой и отечественной педаго-

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

гике. Он возник ещё в конце XIX–начале XX вв. в США и был разработан американским философом и педагогом Дж. Дьюи, основная идея которого заключалась в том, чтобы вовлечь каждого обучаемого в активный познавательный, творческий процесс при решении той или иной практически или теоретически значимой проблемы [2].

Основное преимущество метода проектов – исключение формального характера обучения. К другим, не менее важным преимуществам данного метода можно отнести следующие:

- развитие познавательных и творческих умений и навыков студентов;
- развитие у студентов умения ориентироваться в информационном пространстве;
- развитие у студентов умения планировать свои действия;
- развитие основ критического мышления;
- развитие основ самоменеджмента;
- формирование проектного мировоззрения и мышления;
- адаптация к современным социально-экономическим условиям жизни;
- развитие у студентов умения работать в команде и др.

Технология использования метода проектов предполагает следующие требования и условия:

- 1) наличие значимой в исследовательском или творческом плане проблемы или задачи, требующей интегрирования знаний и исследовательского опыта;
- 2) наличие подробных методических рекомендаций, структурирующих содержательную часть проекта;
- 3) определение отрезка времени, необходимого для выполнения проекта;
- 4) организация самостоятельной деятельности студента с включением нескольких промежуточных контрольных и консультационных точек;
- 5) представление результатов проектной деятельности в «осязаемом» виде, готовых к презентации и внедрению.

Профессиональное обучение будущих менеджеров по туризму предполагает их готовность к осуществлению экскурсионной деятельности, что обеспечивается наличием в учебном плане по направлению «Туризм» не-

скольких дисциплин экскурсионной тематики. Основным результатом обучения экскурсионной деятельности, на наш взгляд, является умение студентов создавать экскурсионный продукт – экскурсию. На этом основании в рамках изучения модульной дисциплины «Организация туристской деятельности. Организация экскурсионной деятельности» используется проектный метод обучения, а именно, создаются предпосылки к формированию у студентов профессиональных навыков и умений по созданию экскурсионного проекта.

Разработка и защита экскурсионного проекта – это обязательная часть деятельности каждого студента, претендующего на аттестацию по данной дисциплине. Разработка экскурсионного проекта представляет собой самостоятельную внеаудиторную работу студента на протяжении 6 учебных недель. Итогом деятельности является готовая к проведению и внедрению экскурсия, о чём свидетельствует пакет методических материалов и презентация к ней, которые используются студентом на защите, затем сдаются преподавателю для выставления оценки и хранятся на кафедре.

Работая над содержательной частью проекта, студент проходит следующие этапы, которые мы разделили: начальные, ключевые и заключительные [4, с. 19]:

Начальные этапы подготовки экскурсии:

- 1) выбор темы экскурсии и определение экскурсионной аудитории;
- 2) проведение маркетингового исследования рынка экскурсионных услуг;
- 3) разработка концепции экскурсии (название, классификация по разным основаниям, количество экскурсантов в группе, продолжительность экскурсии в академических и астрономических часах, протяженность экскурсии в километрах, определение цели и задач);
- 4) определение источников экскурсионного материала.

Ключевые этапы подготовки экскурсии:

- 1) отбор и изучение экскурсионных объектов;
- 2) составление маршрута экскурсии, его объезд или обход;
- 3) определение техники ведения экскурсии;
- 4) определение методических приемов проведения экскурсии.



Заключительные этапы подготовки экскурсии:

- 1) текстово-документационное обеспечение экскурсионного проекта;
- 2) проведение пробной экскурсии.

Пакет методических материалов составляют следующие документы:

1. Концептуальная характеристика экскурсии.
2. Схема маршрута экскурсии, исполненная в любой графической манере, с обязательным указанием начального и конечного пункта маршрута, направления движения по маршруту, наименования экскурсионных объектов.
3. Методическая разработка экскурсии.
4. Контрольный текст экскурсии.
5. Паспорта объектов.
6. Материалы, вошедшие в «портфель экскурсовода».
7. Список использованных при разработке экскурсии источников.

Таким образом, практико-ориентированные методы и в частности, метод проектов ещё в процессе обучения студента способствуют его профессиональной социализации и адаптации. Проектный метод позволяет обеспечить такие важнейшие характеристики обучения, как качество, избирательность материала, учет индивидуальности, постоянный контроль и самоконтроль усвоения материала, высокий эффект использования ресурсов преподавателей, ориентирует обучающихся во внешних условиях будущей профессии, знакомит их с содержанием профессиональной деятельности.

1. Аджимуллаева Р. А. Становление практико-ориентированных методов обучения в высшей школе // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2007. Т. 18. № 44. [Электронный ресурс] // <http://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-praktiko-orientirovannyh-metodov-obucheniya-v-vysshey-shkole>.

2. Дьюи Дж. Психология и педагогика мышления / Дж. Дьюи. М. : Совершенство, 1997. 208 с.

3. Полат Е. С. Метод проектов [Электронный ресурс] // <http://schools.keldysh.ru/labmro/lib/polat2.htm>.

4. Седова Н. А., Штриплинг Л. О. Экскурсионный менеджмент / Омск : Омский государственный институт сервиса, 2012. 62 с.

УДК 658.562.012:640.41 (574)

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

М. Т. АГЕДИЛОВА*, Б. Н. КАРИМОВА*,
Б. Д. ЖУМАКАЕВА**

*Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза,

**Университет им. Сулеймана Демиреля,
г. Алматы

Проблема качества актуальна для всех стран независимо от зрелости их рыночной экономики. Чтобы стать участником мирового хозяйства и международных экономических отношений необходимо совершенствование национальной экономики с учетом мировых достижений и тенденций. Качество продукции (услуг) – это совокупность свойств продукции (услуг), обуславливающих её пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с её назначением. Это стандартное определение, опирающееся на технико-экономическую природу качества продукции, предназначено для организации работ по повышению качества. Казахстан всегда славился своим гостеприимством [1]. С целью представлять интересы индустрии гостеприимства в 1998 году была создана Казахстанская ассоциация гостиниц и ресторанов (КАГиР) – это республиканская некоммерческая, неправительственная отраслевая ассоциация республиканского значения. Офис КАГиР расположен в Алматы.

Главная задача КАГиР – представление интересов развития индустрии гостеприимства РК, содействие развитию гостиничного бизнеса, создание новых рабочих мест, образование и повышение квалификации гостиничного персонала. В то же время гостиничный и туристический бизнесы республики еще нуждаются в совершенствовании [2].

К основным тенденциям развития предприятий индустрии гостеприимства в Казахстане относятся:

© М. Т. Агедилова, Б. Н. Каримова,
Б. Д. Жумакаева, 2013

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

- появление на рынке международных гостиничных сетей;
- активное развитие сети малых предприятий и альтернативных гостиничных форм (квартиры посуточно);
- снижение стоимости гостиничного номера в условиях кризиса;
- снижение в последние 2–3 года потока туристов и показателей работы гостиниц;
- активный спрос на услуги гостиниц и квартиры посуточно;
- внедрение в индустрию гостеприимства новых компьютерных технологий.

На сегодняшний день в Казахстане официально зарегистрировано порядка 651 гостиницы с общим количеством номеров 24 787 единиц, вместимостью 54 199 человек. Показатели загрузки номерного фонда в целом невысоки по республике – только 20 %. Количество обслуженных посетителей составило в 1 полугодии 2010 года 1 145 тыс. человек. Опираясь на статистические данные, можно в целом говорить о невысоких показателях функционирования гостиничного бизнеса в Казахстане. Так, если общее число посетителей Казахстана (нерезидентов страны, туристов и деловых людей) составило в 2009 году 8,7 млн человек, то из них только одна пятая часть (18 %) была размещена и обслужена в гостиницах республики. В тоже время данные показатели говорят о наличии большого потенциала для развития гостиничного и туристического бизнеса в целом – возможность роста составляет как минимум 200 %. т. е. при создании благоприятных условий гостиницы могут обслуживать в 2 раза и более посетителей страны.

Региональные особенности активность работы гостиниц тесно связана с таким показателем, как уровень жизни населения и уровень деловой активности. Известно, что наиболее активными в экономическом плане можно назвать 4 города: Алматы, Астана, Атырау и Актау. Именно данные регионы отличаются также и высокими показателями эффективности развития гостиничных услуг. В целом же почти по всем показателям развития гостиничного и туристического бизнеса, безусловное лидерство принадлежит г. Алматы.

В последние годы предприниматели стали вкладывать деньги в развитие более дешевых гостиничных услуг, однако как показывает

практика, это не дает желаемых результатов. Так как по факту цена в данном сегменте оказывается не приемлемой по отношению к комфортности номеров и качеству обслуживания. В г. Алматы, за последние 5 лет (в условиях кризиса последних трех) наилучшие показатели демонстрирует сегмент отелей 4 звезды. Где по отношению к другим классам отмечался максимально высокий рост в количестве обслуженных посетителей - на 25 %, а значит и более высокий коэффициент наполняемости.

Портрет потребителя отличительной особенностью казахстанского туризма является «экспорт туристов». Об этом позволяют судить данные о деятельности туристических фирм в РК. Так в 2009 году за границу было отправлено по турвизам 205,6 тыс. человек.

Наиболее часто Казахстан посещают жители России, Германии и Турции – это каждый 8–10-й турист. Высока также доля туристов из таких стран как США, Великобритания, Италия, Китай, Польша и Индия. Посещение РК иностранными гражданами осуществляется с деловыми и профессиональными целями, тогда как при внутреннем туризме (среди казахстанцев, едущих по республике) преобладают деловые поездки и посещение родственников/знакомых.

Ряд исследований показывает, что посетители гостиниц весьма положительно относятся к сервису и возможности получения дополнительных услуг. Среди дополнительных бизнес-элементов гостиницы спросом будут пользоваться – бар/кафе, салон красоты/парикмахерская, сауна, бассейн и бизнес-центр. Развитие гостинично-туристского комплекса Казахстана требует значительных инвестиций. Многие же базы отдыха выкуплены либо взяты в долгосрочную аренду частными лицами, которые развиваются каждый по себе в отдельности.

Одной из основных проблем рынка выступает отсутствие выбора в цене. Турист должен иметь возможность разместиться за очень высокую цену в гостинице с пятью звездами или за очень низкую в отеле три звезды. Сейчас же отели три звезды не могут предложить приемлемую стоимость более или менее комфортного проживания. Ряд исследований показывает, что текущее ценовое предложение гостиничных номеров в Алматы завышено. Согласно данной статистике Hotel.info и Между-

народной ассоциации гостиниц и ресторанов (IH&RA), самые дешевые гостиницы мира находятся в США, а самые дорогие – в Москве. При этом средние показатели стоимости номеров в крупных мировых столицах составляют более 105 евро за сутки и г. Алматы сюда попадает, хотя для сравнения использовалась средняя цена номера в гостиницах и отелях эконом-класса без звезд. То есть по факту, данный показатель для г. Алматы будет еще выше.

За счет этого активными темпами начал развиваться альтернативный бизнес – краткосрочная аренда квартир (или просто квартиры посуточно) [1–3]. Индивидуальные предприниматели, серьезно занимающиеся данным бизнесом, оказались способными предложить оптимальные условия туристам и командированным при наличии даже ряда дополнительных услуг, в том числе трансферт (встречи с аэропорта, вокзала). Отличительной особенностью гостиничного бизнеса в целом является его зависимость от уровня деловой активности республики, поэтому в условиях кризиса показатели отелей характеризуются снижением наполняемости номеров, отсюда вынужденное снижение стоимости проживания.

1. Указ Президента Республики Казахстан от 27 февраля 1998г. N 3859 «О государственной программе Республики Казахстан “Возрождение исторических центров Шелкового пути, сохранение и преемственное развитие культурного наследия тюркоязычных государств, создание инфраструктуры туризма”».

2. Указ Президента Республики Казахстан «О государственной программе развития туризма в Республике Казахстан на 2001-2005 годы».

3. О развитии туризма как доходной отрасли экономики Республики Казахстан: Официальные материалы. Алматы : ИК Раритет 2001. 48 с.

УДК: 338.482 (574)

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РК

С. К. ЕРЖАНОВА

*Евразийский национальный университет
им.Л. Н. Гумилева, Казахстан*

На сегодняшний день важно понять, что казахстанский туристский комплекс способен стать мощным рычагом общего ускорения темпов роста и модернизации экономики республики.

Президентом Казахстана туризм определен одним из важнейших кластеров развития несырьевого сектора экономики. Перед республикой поставлена ответственная задача: в ближайшем будущем войти в число 50-ти наиболее конкурентоспособных стран мира.

Об этом свидетельствуют тенденции роста объемов въездного и внутреннего туризма и создание системы государственного регулирования туристской деятельности в рамках программы развития туризма. Значительно увеличилось количество иностранных туристов, возрос уровень спроса на поездки внутри страны.

Как отмечают международные эксперты в области туризма, состояние развития туристской отрасли в Казахстане за последние годы характеризуется его поступательным и устойчивым развитием. Уже в ближайшие годы наша страна имеет возможность стать одной из крупнейших экономических зон путешествий и туризма. Казахстан начинают рассматривать как одну из наиболее стабильных стран с уникальными туристскими возможностями. Кроме того, полагают, что этому будут способствовать такие плюсы республики на мировом туристском рынке как гостеприимство и доброжелательность казахстанцев, природные достопримечательности страны, ее история и богатство культурного и этнического разнообразия, а также туристская инфраструктура.

Сегодня нужно построить всю необходимую инфраструктуру туристской современной индустрии. Если мы хотим, чтобы к нам приез-

© С. К. Ержанова, 2013

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

жали туристы, мы должны срочно пересмотреть многие подходы в этом направлении: от стоимости и сроков оформления виз до строительства крупных туристских центров отдыха и развлечений.

В развитии туризма должны быть заинтересованы многие государственные ведомства и областные исполнительные органы, так как туризм охватывает огромный спектр сферы услуг и производства в различных отраслях. Очень многое зависит от инициативы местных властей, от их понимания того, что туризм может стать источником процветания края. Кроме того, для создания мощных туристских центров необходимы капитальные вложения как со стороны государства, так и отечественных и зарубежных инвесторов. Поэтому следует создать необходимые условия для скорейшего появления развитого туристского комплекса, отвечающего всем мировым стандартам и требованиям [1].

В соответствии с законом Республики Казахстан «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности» государственная поддержка индустриально-инновационной деятельности основывается, прежде всего, на принципах обеспечения субъектам индустриально-инновационной деятельности равного доступа к получению государственной поддержки; гласности, адресности и транспарентности, предоставляемых мер государственной поддержки субъектам индустриально-инновационной деятельности; комплексности и системности, обеспечивающих постоянное взаимодействие государства и субъектов индустриально-инновационной деятельности.

В целях стимулирования развития приоритетных секторов экономики и государственной поддержки индустриально-инновационной деятельности в Республике Казахстан формируется индустриально-инновационная система, которая состоит из субъектов, осуществляющих государственную поддержку индустриально-инновационной деятельности, инфраструктуры и инструментов [2].

В общей системе экономических отношений инновационной деятельности отводится ключевая роль, так как ее конечными результатами являются: повышение эффективности

производства, рост производительности труда и капитала, объем высокотехнологичной продукции, т. е. факторов, которые определяют экономическую мощь страны.

Научно-технологическая политика направлена на активизацию инновационных процессов, внедрение новых высокотехнологичных укладов, развитие научно-технологического потенциала, преодоление разрыва между наукой и производством, стимулирование инновационной деятельности и внедрение международных стандартов.

Инновационный процесс в туризме охватывает цикл от возникновения идеи до ее практической реализации.

Информатизация – одна из наиболее актуальных направлений развития туристской инфраструктуры, одна ярких черт системы общественных отношений развитых стран. Человечество вступило в такой этап развития цивилизации, в котором информация, знания играют определяющую роль во всех сферах деятельности людей. При этом информация становится в современном обществе важнейшим фактором экономического роста.

Необходимо понимать, что технологический прогресс является сегодня не только главным фактором обеспечения благосостояния нации, но и важнейшим условием процесса ее устойчивого развития. При этом приоритетное внимание должно быть уделено именно инновационным развитиям, которые благодаря их особым свойствам катализатора будут активно содействовать технологическому прорыву страны не только в информационной сфере, но и во многих других не менее важных направлениях.

В современном информационном обществе повышается значение информации как товара. Это является следствием общего роста информационных потребностей и выражением развития отрасли информационных услуг. Свидетельство тому – увеличение вклада информационного сектора в создание национального богатства.

Наиболее динамично развивается информатизация в сфере рыночной инфраструктуры: предприятия, осуществляющие посреднические услуги при купле-продаже товаров, ценных бумаг и валюты, равно как и рекламно-представительские услуги и аудиторскую деятель-

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства



ность, оснащены в основном новой современной информационной техникой.

Очередной революционный этап информатизации общества связан с необыкновенным ростом использования глобальных компьютерных сетей.

Всемирная компьютерная сеть Интернет развивается столь стремительно, что ежегодно число ее подписчиков и объем информационных ресурсов практически удваиваются. Не остается в стороне от этого бума и туристический бизнес.

Автоматизация и широкое применение электронной техники становятся одной из актуальнейших задач в отрасли туризма. Создание мощных компьютерных систем бронирования средств размещения и транспорта, экскурсионного и культурно-оздоровительного обслуживания, внедрение новейшей технологии в сфере туризма, информация о наличии и доступности тех или иных видов поездок, маршрутов, туристского потенциала стран и регионов – весь комплекс этих вопросов с учетом развития интеграционных процессов ставится в повестку дня текущей и будущей деятельности Всемирной туристской организации.

Особое место в продвижении туристских продуктов и услуг занимают новейшие мультимедийные технологии – они способны привлекать большое количество пользователей, отличаются невысокой себестоимостью и высокой коммуникативностью. К основным средствам электронного маркетинга относят: Интернет, электронную почту и мультимедийные диски. Эффективное использование высокотехнологичных коммуникаций позволяет значительно расширить возможности рекламных компаний и пиар-акций, повысить эффективность взаимодействия всех субъектов туристского рынка.

Сети в совокупности с презентационными возможностями делает Интернет привлекательным для мировой туристской индустрии. Технологические возможности Сети практически не ограничены – от создания простейших сайтов до появления звуковых анимационных видеороликов. Важным преимуществом Интернета является его высокая экономичность. Кроме того, Интернет позволяет проводить любые масштабные акции – конференции, форумы, маркетинговые исследования, а

также оперативно реагировать на любую ситуацию с целью минимизации негативных и усиления позитивных факторов, что имеет существенное значение для формирования положительного имиджа страны.

Сегодня существует ряд проблемных вопросов, решение которых позволит достичь намеченной цели – становления Казахстана центром туризма Центрально-Азиатского региона [3]:

1. Недостаточное развитие туристской и транспортной инфраструктуры.

Материальная база объектов размещения, включая гостиницы, пансионаты, дома и базы отдыха, а также санаторно-курортные учреждения, характеризуется высокой степенью морального и физического износа. На сегодняшний день масштабы туризма, виды, качество и предложения мест проживания для туристов не соответствуют международным требованиям.

2. Невысокий уровень сервиса и труднодоступность знаковых исторических мест на казахстанском отрезке Великого Шелкового пути не привлекает как казахстанских, так и иностранных туристов. Качественного пересмотра требует и международная пропаганда и продвижение туристских маршрутов нашего исторического наследия.

Учитывая, что развитие туризма напрямую связано с состоянием транспортной инфраструктуры, существенной проблемой становится ограниченность географии пассажирских авиа- и железнодорожных перевозок, отсутствие гибкой системы льгот и скидок на проездные билеты всех видов транспорта для групповых поездок туристов как для внутренних, так и для въезжающих туристов.

3. Одной из основных проблем, препятствующих развитию туризма, является не большое количество специализированных туристских кадров в обслуживающей сфере. Это относится не только к проблеме отсутствия квалифицированного персонала на объектах индустрии туризма, но и к качеству подготовки кадров для туристской отрасли.

4. Низкое качество предоставляемых услуг в туристской индустрии.

Проблема взаимосвязана с предыдущей, так как низкое качество в обслуживающей сфере ведет к низкому качеству предоставляемых услуг на объектах индустрии туризма. Кроме того, это относится к срокам оформле-

ния туристских виз в Казахстан, процедурам регистрации, таможенному и паспортному контролю иностранных туристов.

5. Недостаточная привлекательность Казахстана в качестве страны туризма.

Мероприятия по продвижению позитивного туристского имиджа страны носят несистемный характер, участие на выставках по туризму не обеспечивает в полной мере эффективность рекламной деятельности государства. До настоящего времени не решается вопрос открытия и функционирования туристских представительств (отделов по туризму при загранучреждениях) в странах, которые в плане привлечения туристов являются для Казахстана рынками 1-го приоритета – Германии, Великобритании, Южной Кореи. Между тем, опыт развитых в сфере туризма стран, принимающих огромное количество туристов ежегодно (Франция, Испания, Германия), свидетельствует о необходимости решения данного вопроса.

Для того, чтобы отрасль туризма стала высокодоходной, как показывает мировая практика развития туризма, необходима консолидация усилий всех участников туристского рынка, государственного и частного секторов. И здесь роль Правительства республики заключается в обеспечении координации политики развития и планирования в туристской индустрии на межгосударственном, государственном и частном уровнях [4].

При комплексном решении всех задач, оговоренных выше, несомненно, в ближайшие годы будет обеспечено создание конкурентоспособной туристской индустрии, способной к деловому сотрудничеству в рамках международной торговли услугами в сфере туризма и отдыха.

1. Пыхарев А. Н., Елетова А. Ш. Основные направления инновационного развития индустрии туризма и инфраструктуры в Республике Казахстан. www.rusnauka.com;

2. Закон Республики Казахстан «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности» от 9 января 2012 года.

3. Стратегический план Министерства туризма и спорта РК на 2010–2015 годы. № 101 ОТ 08.02.2011 г. Астана, 2011.

4. Программа развития перспективных направлений туристской индустрии Республики Казахстан на 2010–2014 годы. Астана, 2010.

УДК 338.24(075.8)

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

М. А. ГРИЦАЙ

Омский государственный институт сервиса

Любое управление гостиничным предприятием в определённой мере является антикризисным. Данное утверждение основывается на определении кризиса как крайнем обострении противоречий в организации, угрожающем её жизнестойкости в окружающей среде [1]. Отмеченные противоречия вполне закономерны и обусловлены наличием двух взаимосвязанных процессов в управлении гостиничным предприятием, находящихся в диалектическом единстве: процессов функционирования и процессов развития. Процессы функционирования, направленные на поддержание жизнедеятельности гостиничного предприятия и сохранение его как единого целого, сдерживают процессы развития, назначением которых является приобретение нового качества в условиях изменяющейся среды, но в то же время являются их основой. Процессы развития, в свою очередь, разрушают процессы функционирования, но в то же время являются условием сохранения устойчивости гостиничного предприятия и его дальнейшего функционирования. Таким образом, можно утверждать, что опасность кризиса существует всегда, и одной из задач управления гостиничным предприятием является диагностика кризисных ситуаций и принятие превентивных мер по предотвращению кризисов либо по минимизации их негативных последствий. Учитывая возможный латентный характер кризисов гостиничного предприятия, роль диагностики в антикризисном управлении трудно переоценить. Вообще, проблема распознавания предкризисных ситуаций является основополагающей в антикризисном ме-

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

неджменте, при этом исследуется не статическое состояние объекта, а его развитие во времени. Объектом исследования может быть как система в целом (гостиничное предприятие), так и любой элемент этой системы: внутренняя среда, отдельные виды ресурсов, организационная структура и т. д. Как следствие основной методологической чертой системы антикризисного управления гостиничным предприятием является формирование и использование системы показателей, отражающих функционирование и развитие гостиницы и в определённые моменты представляющих собой факторы, симптомы и причины кризисов.

Для каждой организации существует своё соотношение внешних и внутренних факторов, симптомов и причин кризисов, что в практике управления является предметом специального анализа. На наш взгляд, к вопросу формирования системы показателей, используемых в диагностике кризисных ситуаций и представляющих собой информационную базу исследования, необходимо подходить, отталкиваясь от типологии кризисов гостиничного предприятия (табл. 1).

В заключение стоит отметить, что диагностирование кризисов должно основываться на первичной достоверной информации. И поскольку современный гостиничный комплекс не ограничивается предоставлением только услуг

проживания, базовые параметры диагностики кризиса должны рассматриваться как в целом по предприятию, так и в разрезе основных «ассортиментных групп отеля»: номерной фонд, рестораны и бары, организация мероприятий, рекреация и отдых и др.

Таблица 1.
Типология кризисов гостиничного предприятия и система показателей кризисной диагностики

| Вид кризиса | Базовые параметры диагностики кризиса |
|--|---|
| Экономические кризисы (острые противоречия в экономическом состоянии гостиничного предприятия): | |
| - кризис процесса производства и реализации услуг | Качество гостиничных услуг, удовлетворенность клиента, загрузка номерного фонда, использование гостиничных площадей, себестоимость производства и реализации гостиничных услуг, выручка от продажи, валовая прибыль, прибыль от продаж, чистая прибыль, соотношение темпов роста прибыли, выручки и величины активов, производительность труда, рентабельность продаж, основной деятельности, фондорентабельность и др. |
| - кризис неплатежей | Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности, длительность финансового цикла, коэффициент погашаемости дебиторской задолженности, платёжеспособность выручки и др. |
| - кризис банкротства | Структура баланса, финансовые потоки, финансовая устойчивость, платёжеспособность гостиницы, оборачиваемость активов, рентабельность собственного капитала |
| - кризис потери конкурентных преимуществ | Экономические показатели деловой активности гостиницы; сравнительная характеристика гостиничного продукта, сбытовой, тарифной политики отеля; ресурсный потенциал |
| Социальные кризисы (острые противоречия или столкновения интересов различных социальных групп): работников и работодателей, работников, персонала и менеджеров и др. | Социальная напряжённость, уровень конфликтности в коллективе, текучесть кадров и др. |
| Психологические кризисы (возникновение в коллективе чувства неуверенности, страха за будущее, неудовлетворенности работой и социальным положением) | Социально-психологический климат, увольнения по собственному желанию, потенциальная текучесть кадров, удовлетворённость трудом и организацией и др. |
| Организационные (распределения функций, регламентации деятельности подразделений) | Оптимальность и экономичность структуры управления |
| Технологические (обострение противоречий между тенденциями технологического развития и возможностями гостиничного предприятия) | Состояние материально-технической базы, автоматизация деятельности гостиницы, инновационная активность и др. |

1. Антикризисное управление: учебник / под ред. Э. М. Короткова. М.: ИНФРА-М. 2010. 620 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ CRM-СИСТЕМЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО И ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

О. И. КЛЕПЦОВА

Омский государственный институт сервиса

Под CRM-системой (сокр. от англ. Customer Relationship Management) подразумевают информационную систему управления взаимодействием с клиентами, предназначенную для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга, улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации и истории взаимоотношений с ними. CRM-система позволяет автоматизировать основные бизнес-процессы, связанные с обслуживанием клиентов, что значительно облегчает работу крупных организаций. Одно из определений CRM-системы принадлежит компании PriceWaterhouseCoopers и звучит оно следующим образом: «CRM – это стратегия, нацеленная на создание долговременных и прибыльных взаимоотношений с заказчиками через понимание их индивидуальных потребностей». Другое определение трактует CRM как «технология, нацеленную на завоевание, удовлетворение и сохранение платежеспособных заказчиков».

Использование CRM-системы в деятельности гостиницы и турфирмы весьма перспективно и выгодно, позволяя заниматься поиском новых туристов с использованием новой технологии.

Стандартная функциональность CRM-системы включает в себя базу данных по услугам организации и их стоимости; информацию о состоянии рынка и конкурентах; систему планирования деятельности; модуль управления контактами с клиентами, управления заключенными сделками и потенциальными сделками. CRM позволяет проводить анализ и сегментацию целевых клиентов, создавая списки потенциальных клиентов и распределять их между сотрудниками предприятия.

© О. И. Клепцова, 2013

Использование CRM-системы целесообразно в крупной гостинице и гостиничной цепи для поиска корпоративных клиентов с последующим заключением договоров на размещение их в отеле. Так, многие гостиничные цепи имеют в своей структуре отдел продаж, сотрудники которого занимаются поиском новых клиентов для бронирования и последующего их размещения. Подобная информационная программа значительно облегчит работу персонала, поскольку система содержит единую базу данных о взаимодействии с клиентами, а именно контактные сведения о клиенте, история взаимодействия с ним (телефонные разговоры, электронная переписка, встречи). В системе могут быть заданы определенные стадии продаж (первоначальный обзвон, проведение встречи, заключение переговоров). Работа с потенциальным клиентом может автоматически или же вручную переходить на следующую стадию. При этом сама система предложит гостиничному сотруднику запланировать дату следующего контакта с клиентом, после чего сотруднику в назначенный срок придёт уведомление о необходимости связаться с клиентом.

CRM-система хороша также и тем, что сохраняет всю переписку с клиентом, позволяя восстановить хронологию событий. Соответственно, при замене отсутствующего сотрудника не составит труда осуществить контакт с его клиентами, поскольку вся информация сохранена в системе. Это также является и преимуществом при обучении нового персонала, поскольку автоматический переход на стадии продаж позволит не пропустить долгожданную встречу с клиентом.

CRM-система содержит также функции, облегчающие задачи организации и проведения конференций, семинаров; позволяет организовать рассылку новостей, рекламных материалов, поздравлений и пр. При этом система поддерживает рассылку не только по электронной почте, но и по факсу, и обычной почте.

С помощью данной информационной программы можно оперативно составить отчет о проведенных мероприятиях и контактах, провести анализ загруженности и работоспособности подчиненных, измерить потенциальный отклик на те или иные акции.

В заключение следует отметить, что условия жесткой конкуренции использование CRM-



системы в гостиничном и туристском бизнесе позволит построить плодотворные отношения с клиентами, сделать их постоянными, а также даст организации следующие преимущества:

- 1) повышение качества и эффективности работы сотрудников;
- 2) упрощение рутинных операций;
- 3) обеспечение безопасности хранимой информации;
- 4) анализ эффективности рекламных и маркетинговых компаний;
- 5) быстрое обучение и взаимозаменяемость персонала.

УДК 378

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИК СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»

Е. В. КУЛАГИНА

Омский государственный институт сервиса

Учебные, производственные и преддипломные практики являются неотъемлемой частью образовательного процесса в высшем учебном заведении. В современной российской системе образования с 2011 года подготовка кадров осуществляется в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами третьего поколения (система подготовки бакалавров и магистров). В Омском государственном институте сервиса обучение бакалавров гостиничного дела проходит сравнительно недавно и реализуется по двум профилям – это гостиничная деятельность, и ресторанная деятельность. Раньше подготовка кадров для сферы гостеприимства велась в рамках программы специалитета «Социально-культурный сервис и туризм». И в этой связи накоплен определенный опыт по организации практик. В частности сформированы базы объектов, прохождение практик, установлены договорные отношения с работодателями, разработаны программы по организации зарубежных практик студентов и пр.

Принятая система бакалавриата инициирует необходимость конвертирования накоплен-

ного опыта в соответствии с современными стандартными требованиями, запросами регионального рынка и ожиданиями общества. Поэтому при разработке содержательной стороны практик мы, с одной стороны учитывали требованиями ФГОС ВПО по направлению 101100 «Гостиничное дело», с другой – интересы представителей гостиничных предприятий и иных средств размещения.

В качестве факторов содержательной стороны практики были выделены:

1. Виды профессиональной деятельности будущих выпускников направления «Гостиничное дело» (производственно-технологическая, организационно-управленческая, сервисная и проектная деятельность).

2. Сущность профессиональных компетенции, которые должны быть сформированы у студентов.

3. Виды и нормативные сроки практик.

4. Специфика объекта практики; интересы работодателей.

5. Материальные, экономические и организационные условия.

Исходя из графика учебного процесса студентов направления «Гостиничное дело» спроектированы цели и содержание разных видов практик (табл. 1).

Ознакомительная практика, как и при реализации программ специалитета, предполагает знакомство с работой объекта практики. При прохождении данного вида практики, на наш взгляд, необходимо также создать условия для наработки опыта по определенным направлениям профессиональной деятельности. Поэтому новым дополнением может быть внедрение сертификатов, отражающих опыт работы студентов по рабочим специальностям. Данный документ позволит студенту при дальнейшем трудоустройстве показать работодателю наличие непосредственного опыта в области сервисной деятельности.

Аналогично можно сказать и в отношении учебной практики: она способствует закреплению наработанного опыта и соответственно формированию компетенций до уровня владения.

Одной из важных задач производственной практики является приобретение не только технологического опыта, но и организационно-управленческого. В этой связи является целе-

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

сообразным проба комплектования совместных групп студентов 1 и 3 курсов. Это может являться одним из вариантов создания условий приобретения организационно-управленческих умений. Графики прохождения практик позволяют осуществить указанное совмещение. Реализация данного подхода должна проходить как под контролем руководителя практики со стороны вуза, так и под контролем куратора со стороны предприятия.

Преддипломная практика предполагает оформление проективного опыта до уровня владения. Здесь основная задача, стоящая перед будущим выпускником, это определение путей улучшения работы предприятия и разработка проекта соответствующего содержания.

Если говорить о зарубежном и отечественном опыте организации практики, то существуют различные модели:

1. Дуальная модель предполагает разработку учебных планов производственными ассоциациями, а учебные заведения функционируют в рамках предприятий гостиничной индустрии. Такого рода организация практики проходит параллельно с учебным процессом. Данная модель подготовки специалистов наиболее распространена в Германии, Польше.

2. Модель «сендвич» предполагает осуществление практик в середине курса. В этом случае студенты, заканчивающие обучение, уже обладают определенным практическим опытом (английский метод).

3. Модель «чередование» включает смену теоретической и практической подготовки, что позволяет избежать абстрактного преподавания при длительном обучении (шведская модель).

4. Модель сквозной практики включает следующие виды практик: ознакомительную, учебную, производственную, преддипломную. Данная модель находит широкое применение в России.

Таблица 1.
Компетентностная направленность различных видов практик студентов направления «Гостиничное дело»

| Вид практики | Компетенции | Уровень сформированности компетенций | Документ, подтверждающий, достигнутый результат |
|---------------------------|---|--------------------------------------|--|
| Ознакомительная практика | Общекультурные компетенции, Профессиональные компетенции, связанные с осуществлением сервисной деятельности | знание умение | отчет, сертификат, свидетельствующий о наличии опыта выполнения функций рабочих специальностей |
| Учебная практика | Профессиональные компетенции, связанные с осуществлением сервисной деятельности | владение | отчет, сертификат, свидетельствующий о наличии опыта выполнения функций рабочих специальностей |
| Производственная практика | Профессиональные компетенции, связанные с осуществлением производственно-технологической и организационно-управленческой деятельности | знание умение владение | отчет, сертификат о наличии опыта технологической и управленческой деятельности |
| Преддипломная практика | Профессиональные компетенции, связанные с осуществлением проектной деятельности | знание умение владение | отчет, практико-исследовательский материал для дипломной работы |

Говоря об организации практики, следует обозначить важный момент: система бакалавриата пришла к нам из-за рубежа; необходимость перехода на данную систему обусловлена рядом причин, и прежде всего это процессы интеграции и глобализации, которые мы наблюдаем в современном мире. Выстраивая отечественную профессионально-образовательную систему в формате бакалавриата следует отметить, что, с одной стороны, говорится о необходимости увеличения практической работы студентов, с другой – длительность практик остается прежней, как и в про-

граммах специалитета, то есть сквозная модель, которая существовала ранее в нашей системе профессионального образования, и по сути перенесена и систему бакалавриата.

В качестве другого важного аспекта следует ответить сокращение аудиторных работ и увеличение самостоятельной работы. Учитывая кратковременность практик (по сравнению с зарубежным опытом), часы самостоятельной работы целесообразно рассматривать как ресурсный потенциал для формирования профессиональных умений студентов в соответствии с запросами предприятия. Но здесь каждый случай сотрудничества с предприятием требует индивидуального подхода.

Учебные курсы включают долю часов для самостоятельной работы, и содержание данной работы можно спланировать в соответствии с потребностями конкретного предприятия. Форма организации самостоятельной работы студентов с участием работодателей может быть различной: выполнение курсовых проектов, индивидуальных заданий, проведение конкурсных мероприятий, олимпиад и пр. Технологии стимулирования «молодых идей» достаточно широко применяются иностранными корпорациями. Данная форма сотрудничества способствует формированию профессиональных отношений между студентами и потенциальными работодателями, усиливает участие работодателей в образовательном процессе.

УДК 377.354

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ: ОПЫТ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН

О. К. ПРОНЧЕВА

Омский государственный институт сервиса

В современном мире образование и обучение становятся ключевыми факторами развития экономики, основанной на знаниях, которая, в свою очередь, предъявляет более высокие требования к уровню квалификации персонала.

В развитых экономиках совокупные требования к работнику включают в себя сле-

дующие умения: прогнозировать и определять потребности в необходимых ресурсах; проводить поиск новой информации, интерпретировать и использовать ее в производственном цикле; оптимизировать производственные процессы; нести ответственность за качество выполняемой работы; эффективно взаимодействовать с коллегами, подчиненными, руководителями и клиентами; оценивать степень риска; принимать решения в рамках своей компетенции; адаптироваться к изменениям; работать в стрессовой ситуации; соблюдать технику безопасности и выполнять нормы охраны труда; принимать меры по охране окружающей среды; общаться на иностранных языках; общаться в межкультурной среде; следовать принципам профессиональной и корпоративной этики.

Целостная природа компетенций предполагает и целостность их освоения, что в свою очередь, требует принципиально отличающегося от традиционного подхода к отбору содержания образовательных программ и интеграции изучения теории и приобретения практических умений в учебном процессе, принципиально иной среды обучения, которая должна стать обучающей средой, а также новых принципов и методов оценки.

Таким образом, в сфере образования и обучения освоение компетенций становится конечной целью, а сами компетенции представляют собой результаты обучения.

Новая концепция формирования содержания профессионального образования в Российской Федерации основана на компетентностном подходе. В отличие от действующих образовательных стандартов в стандарте программ третьего поколения устанавливаются требования к выпускнику в виде компетенций, а не в виде знаний, умений и навыков. Требования к результатам освоения основной образовательной программы устанавливаются в виде общих компетенций, соответствующих уровню квалификации специалистов, формируемых в ходе целостного учебно-воспитательного процесса и профессиональных компетенций. Профессиональные компетенции должны соответствовать основным видам профессиональной деятельности выпускника и определяться на основе профессиональных стандартов.

Использование модульных программ, основанных на компетенциях, в системе высшего профессионального образования обусловлено требованиями интеграционных процессов высшего образования во всем мире. Массовый переход на модульные технологии, основанные на компетенциях, является результатом вызова современного общества и экономического развития. Данная технология предполагает переосмысление функций преподавателей и создание инновационных методик обучения.

В результате изучения иностранных источников и основываясь на опыте учебы и работы в зарубежных вузах индустрии гостеприимства, мы можем рассмотреть основные положения и особенности модульного обучения в европейских образовательных учреждениях.

Разработка технологий обучения, основанного на компетенциях, в странах ЕС приходится на начало 80-х годов XX в. Она была обусловлена следующими причинами:

- ростом конкуренции среди работников;
- потребностью в создании практико-ориентированного обучения, отражающего реальные нужды рынка труда;
- необходимостью развивать непрерывное обучение в течение всей жизни.

Рассмотрим опыт европейских стран в организации практико-ориентированного и модульного обучения.

Модульная структура обучения, характерная для европейских школ гостиничного менеджмента, подразумевает, что обучение производится по блокам, длиной 6 недель, и с общей нагрузкой порядка 240 часов.

Рассмотрим опыт организации проблемно-ориентированного обучения в европейских школах гостиничного бизнеса.

Модули представляют собой законченные «порции знаний и навыков» и включают все необходимые для учебы компоненты: от формулировки целей обучения до финальных экзаменов и оценки студентами качества модуля. Программа предусматривает фиксированный набор обязательных модулей на первом, втором и частично третьем годах обучения и набор модулей по выбору в конце третьего года обучения. Четвертый год – практическое использование полученных знаний и навыков и написание выпускной работы.

Тематический междисциплинарный подход состоит в том, что в центре каждого модуля стоит ключевая тема, которой подчинены все формы работы и дисциплины модуля. Она задает генеральное направление обучения в модуле и определяет предметную область и соответствующий набор дисциплин. Все дисциплины в модуле взаимосвязаны и дополняют друг друга, то есть, нет «главного» предмета, а есть интеграция предметных областей, необходимых для решения конкретных практических задач, с которыми сталкивается менеджер гостиничного предприятия. Обычно это 3–4 дисциплины текущего модуля и 2–3 дисциплины из предшествующих модулей.

Получая необходимые знания на лекциях и навыки на семинарах, студенты готовятся к основной форме работы в образовательном процессе – занятию по проблемно-ориентированному обучению: ProblemBasedLearning session. Существуют также и другие формы: Responselectures (лекции, к которым студенты готовят преподавателю предварительные письменные вопросы, а преподаватель дает на них подробные ответы), Workshops (специальный вид занятий, на которых студентам предлагается самостоятельно решить практические или теоретические задачи, подготовить презентации и др.), ProgressTests (предварительные экзамены по части пройденного материала). Но основной формой изучения материала остается занятие в группе по проблемно-ориентированному обучению.

Целью проблемно-ориентированного обучения является не перезагрузить студентов с акцентом на запоминание, а процесс исследования, осуществляемый как выяснение, какой материал необходимо изучить, и разрешение определенной ситуации, которая подается преподавателем точно так же, как она могла бы возникнуть в реальной жизни. Это часто означает, что ситуация выходит за традиционные рамки одной дисциплины.

Метод проблемно-ориентированного обучения имеет следующие преимущества:

- учит студентов мыслить самостоятельно и вырабатывать коллегиальное решение;
- учит ставить цели изучения нового материала, определять глубину изучения и самостоятельно подбирать соответствующую литературу;

- стимулирует использование дополнительных (не только литературных) источников;
- дает навыки организаторской работы и ведения дискуссии;
- позволяет использовать имеющиеся и приобретать новые знания в контексте конкретной проблемы;
- создает имитацию работы в реальных условиях принятия решений (в том числе – лимит времени);
- преподаватель имеет возможность отслеживать логику мыслительного процесса и при необходимости вмешаться точно в тот момент, когда его помощь необходима (не подгонять и не тормозить студента).

Реализация на практике модульной системы при изучении дисциплин программы, обеспечение постоянства работы студентов в течение всего учебного года, строгие сроки сдачи очередного модуля создают возможности для перехода к определению академического рейтинга студентов и перехода к накопительной (кумулятивной) системе оценки качества знаний. В отличие от традиционной пятибалльной системы многобалльная позволяет более точно проводить различия в уровне освоения учебного материала, формирования навыков и умений.

Оценка успеваемости студентов проводится в рамках рейтинговой системы по баллам в ходе семестрового и заключительного контроля. Результаты семестрового и заключительного контроля заносятся в экзаменационно-зачетную ведомость согласно балльно-рейтинговой оценке.

УДК 004.056

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

А. Н. СИЛАЕНКОВ

Омский государственный институт сервиса

Широкое применение персональных компьютеров, локальных и глобальных сетей в гостиничных предприятиях существенно обострило проблему информационной безопасности. Гостиничные предприятия обраба-

тывают данные банковских карт и другую конфиденциальную информацию своих клиентов, поэтому данный вид бизнеса является одним из самых уязвимых к угрозам утечки данных и троянским атакам [1]. Хакеры, используя современные информационно-коммуникационные технологии, проявляют интерес к гостиницам как небольшим, так и высококлассным гостиничным комплексам. В этой связи актуальным является создание эффективной, надежной системы информационной безопасности гостиничного предприятия, гарантирующей всем гостям спокойствие и уверенность в своей безопасности.

В качестве информационных ресурсов гостиничного предприятия, подлежащих защите, могут рассматриваться:

1. Информация о клиентах категории VIP:
 - мприбытие и убытие, время проживания, распорядок дня, посетители и телефонные абоненты клиента;
 - содержание переговоров, которые клиент вел с деловыми партнерами;
 - информация, обрабатываемая с применением вычислительной техники гостиничного предприятия;
 - информация, обсуждаемая или обрабатываемая с применением технических средств во время совещаний в специально выделенных помещениях.
2. Коммерческая тайна:
 - сведения об отдельных финансовых показателях;
 - система деловых связей;
 - сведения о переговорах с деловыми партнерами;
 - сведения о контрактах, соглашениях и других обязательствах;
 - база клиентов гостиницы;
 - сведения о работниках гостиничного предприятия;
 - сведения по организации охраны и противопожарной безопасности.

Данные информационные ресурсы подвергаются атакам с целью получения конфиденциальной информации.

Чтобы украсть конфиденциальную информацию, хакеры осуществляют атаки, основанные на перехвате трафика между клиентскими машинами и серверами.

Секция 7. Информационные модели развития предприятия в сфере туризма и гостеприимства

Для получения несанкционированного доступа к конфиденциальным данным используется также техника фишинга – нацеленная рассылка фальшивых писем от имени известных организаций. Фишинговые атаки приводят к невольному раскрытию конфиденциальной информации сотрудниками и заражению компьютеров троянскими программами [3].

Другая часто используемая технология атак – это внедрение SQL-кода, когда база данных организации взламывается через корпоративный сайт. При этом эксплуатируются уязвимости программного обеспечения веб-сайта, позволяющие злоумышленнику с помощью специального запроса, вводимого через веб-форму, изменить или прочитать информацию, содержащуюся в базе (например, пароли или данные кредитных карт) [1].

Защита конфиденциальной информации должна осуществляться на всех уровнях: административном, организационном и программно-техническом.

К организационным мерам следует отнести ограничение доступа к защищаемым сведениям и введение административной и правовой ответственности за их разглашение.

Технические меры защиты включают в себя [2]:

- применение проектных решений, обеспечивающих требуемую звукоизоляцию ограждающих конструкций стен, полов потолков;
- оснащение окон защищаемых помещений защитными жалюзи, шторами, пленкой;
- использование сертифицированных средств технической защиты от побочных радиоизлучений;
- периодическую проверку защищаемых помещений и установленных в них средств на отсутствие закладок.

Программная защита должна иметь эффективный сканер, определяющий уязвимости в приложениях, сети и операционной системе. Для защиты от сетевых атак необходим брандмауэр, который эффективно фильтрует входящий и исходящий трафик сети. Для предотвращения подключения неавторизованных устройств к сети программная защита должна включать средства пассивной защиты – контроль доступа к информационным ресурсам. Необходимы также мониторинг системы информационной безопасности в режиме реаль-

ного времени, идентификация вредоносных программ и предотвращение их распространения.

Следует отметить, что не существует надежной универсальной системы защиты информации для всех гостиничных предприятий.

Однако есть ряд рекомендаций по обеспечению информационной безопасности гостиничных предприятий [1]:

- использование закрытых сетей (без доступа к внешним сетям за исключением интранета и внутренней почты). Особое внимание следует уделить обеспечению закрытости внутренних Wi-Fi-сетей отеля;
- ограничение использования сотрудниками внешних устройств, таких как флеш-карты и USB-модемы;
- соблюдение норм и стандартов информационной безопасности, например, стандарта безопасности данных в индустрии платежных карт PCI-DSS;
- соблюдение политики информационной безопасности;
- своевременная установка исправлений и патчей, регулярное обновление антивирусных баз, ограничение доступа к ресурсам и контроль приложений.

Реализация многоуровневой защиты информации в гостиничных предприятиях, включая разграничение и ограничение доступа, защиту данных, приложений, внутренней сети, создаст большие трудности для хакера и предотвратит несанкционированный доступ к конфиденциальной информации.

1. http://www.avescan.ru/escan_awards/news.
2. <http://www.grandhotel-europe.ru/>.
3. <http://ru.wikipedia.org/wiki>.

СЕКЦИЯ 8. ГУМАНИТАРНЫЕ ВОПРОСЫ СЕРВИСА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

УДК 378

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Ю. А. КИЛИС

Омский государственный институт сервиса

В последние годы мировая компьютерная сеть охватывает всё большее число пользователей, среди которых не только продвинутые блогеры и другие известные личности, но и миллионы людей, вовлеченных в общение друг с другом через социальные сети. Формат Интернет-сообщений побуждает к большей краткости и такого рода упрощениям, как игнорирование прописных букв и знаков препинания. С недавнего времени не считается предосудительным не писать с большой буквы даже собственные имена. Главным образом это касается быстрого сетевого общения, заменяющего живую беседу, которое происходит при помощи клавиатуры. Как известно, именно прописные буквы и знаки препинания создаются сочетанием двух клавиш, которое усложняет и замедляет такое общение и потому нередко игнорируется.

Правила русского языка претерпевают наиболее серьезный ущерб в процессе Интернет-общения не только и не столько потому, что это диктуется целесообразностью ускорения переписки или даже простого набора текста. Сетевое общение, и прежде всего общение в социальных сетях нередко осуществляется в форме специфического жаргона, так называемого «албанского» языка. Этот особый сленг можно считать проявлением и развитием господствующей в последние десятилетия постмодернистской культурной традиции, одним из аспектов которой является использование иронии. Именно поэтому слова естественного языка не столько упрощают, сколько намеренно

видоизменяют для придания им иронического звучания. Одно дело, когда малограмотные люди пишут как слышат, и совсем другое – когда слова целенаправленно искажаются для придания им явной, якобы остроумной антилитературной формы. Примером этой тенденции является практика замены глухих согласных на звонкие, в то время как в устной речи, как правило, происходит противоположный этому естественный процесс оглушения звонких согласных звуков. Так, слова «привет» или «красавчик» литературно пишутся ровно так же, как слышатся, но в сетевом «албанском» возникает написание «превед» или «красавчег». При этом намеренно усложняется и написание гласных, поскольку в устной речи «е» может произноситься как «и», но никогда не наоборот.

Интернет-вариант русского языка можно рассматривать не только как игру, но и как субкультурный код, связывающий своих и отделяющих их от чужих. Как известно, язык не самодостаточен, он является формой выражения человеческой ментальности, сознания. В этой связи постмодернистская ирония проявляется не только в словопотреблении, но и в специфически «очерненном» юморе, разрушающем как стереотипы, так и святыни прошлых лет. На страницах социальных сетей молодые люди с упоением дублируют найденные ими в сетевых же группах по интересам весьма пограничные шутки, основным содержанием которых является поддержка и закрепление всего низшего и высмеивание высшего. Объектами иронической критики оказываются при этом религия и церковь, патриотизм и отечественная история, политика и действующая власть, даже трудолюбие как таковое. Нельзя отрицать, что ирония хороша своим отрицанием ложного пафоса и всего отжившего, этим пафосом поддерживаемого. Однако столь же неправомерно считать отжившими правила русского языка или фундаментальные ценности.

Секция 8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе

Определенная проблема заключается в том, что подрастает новое поколение, осваивающее русский язык не столько по книгам или иным печатным изданиям, сколько по Интернету, где размещаются тексты, не прошедшие литературного редактирования. В этом отношении уже не вполне работает известное правило «как стать грамотным человеком – больше читать». Подростки читают в Сети намеренно искаженные слова или просто неграмотные тексты и невольно запоминают их в качестве нормы правописания. Таким образом, возникшее как шутка или простая небрежность тиражируется и закрепляется как неграмотность.

В последнее время одна из парламентских партий инициировала кампанию за очищение русского языка от неправомερных иностранных заимствований. Вероятно, это оправдано в том случае, когда существуют адекватные русские эквиваленты этих иностранных слов. В самом деле, нет смысла «продолжить перформанс», если можно «продлить представление». В то же время нельзя не видеть, что существует немалое число тех же английских слов, которые вошли в русский язык потому, что не имеют адекватных русскоязычных эквивалентов. Эти слова заимствованы из тех сфер человеческой жизни и деятельности, которые более развиты в других странах. Наиболее яркой иллюстрацией этому является распространение компьютерных технологий и Интернета. Если бы программное обеспечение «Windows» создавалось в России, оно имело бы полное право именоваться «Окна». Уже вполне русское звучание у таких компьютерных устройств (чтобы не сказать «девайсов»), как мышь или материнская плата, жесткий диск или папка. Сам Интернет теперь допустимо писать по-русски и даже называть Сетью. Наряду с этим вполне адекватно использовать англоязычные названия для многих других рожденных в США компьютерных устройств и программ.

Русский язык обогащается новыми словами, так всегда было и будет. Изначально это были греческие слова, затем латинские, впоследствии – немецкие, французские и английские. Все народы, у которых мы чему-либо учились, давали нам свои слова для обозначения вводимых ими новаций. Примечательно, что

таково развитие не только русского языка, но и всех языков, принимающих новые вещи или идеи извне. Кто хочет оставить свой язык в первоначальной чистоте, пусть изобретает всё самостоятельно. Если же мы начинаем использовать не нами придуманный циркуль, то нечестно и неумно именовать его «кругомером».

Интернет обогащает русский язык не только иностранными словами, но и новым способом передачи эмоций. Это так называемые смайлики, создаваемые различным сочетанием знаков препинания и скобок. Несмотря на то, что «смайлик» переводится как «улыбочка», в перевернутом виде он обозначает огорчение. Люди оказались вполне изобретательны в увеличении числа выразительных средств, которыми они сообщают о своих эмоциональных состояниях при помощи компьютерной клавиатуры. Она практически провоцирует этот процесс, располагая перед нами всевозможные символы. Дело доходит до того, что дружеская переписка без смайликов считается столь же неприличной, как и аналогичная живая беседа с каменным лицом. Появилась такая Интернет-шутка: «Получил сообщение без смайлика – тебя ненавидят!». Письма от руки в настоящее время почти не пишутся, но даже в них возникает искушение использовать тот или иной прием компьютерного языка.

Специфический компьютерный язык фиксирует и углубляет и без того не очень тесную связь поколений. Непонимание новых слов, шуток, идиоматических выражений, используемых в Интернете, действительно усугубляет социально-гуманитарную проблему недостаточного взаимопонимания между людьми, постоянно пользующимися Интернетом, и теми, кто к нему не причастен. В пределах одного языка и одной этнической культуры появляется по меньшей мере два языка и по меньшей мере две субкультуры. Разумеется, процесс такого культурного разделения в той или иной мере происходит всегда, однако Интернет это усиливает и выводит на новый уровень.

В конечном счете, главное значение во всех рассмотренных выше новациях имеет мера. Всегда будут сочетаться старое и новое, свое и чужое, серьезное и ироничное, корректное и неправильное. Любой естественный язык – и русский в том числе – является живым и поэтому развивающимся. Он усваивает и пере-

рабатывает какие-то ошибки, заимствования, иронию, новации, отбрасывая со временем то, что не может быть им переварено. В то же время нельзя забывать, что язык живет потому, что имеет живых носителей, следовательно, им (то есть нам) необходимо помнить о мере относительно гармоничного сочетания языковой основы и ее видоизменений в динамично развивающемся информационном обществе.

УДК 347

ИЗМЕНЕНИЯ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ О ТУРИЗМЕ И ПРОБЛЕМЫ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ

Е. А. ШАТАЛИН

Омский государственный институт сервиса

3 мая 2012 г. вступил в силу закон № 47-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации». К наиболее важным новеллам новой редакции Закона следует отнести нормы о создании Объединения туроператоров в сфере выездного туризма и о формировании этим объединением компенсационного фонда для финансирования расходов на оказание экстренной помощи туристам.

Необходимость в изменениях была вызвана ситуацией, сложившейся в последние годы в российской туристической индустрии. Речь идет об участившихся случаях невыполнения туроператорами взятых на себя обязательств, в результате которых нарушались права и законные интересы потребителей туристских услуг. Стало очевидным, что прежние механизмы защиты прав туристов, в частности, механизм финансового обеспечения, не в состоянии обеспечить помощь туристам в экстренных случаях (выселение из отелей, отказ в предоставлении транспортных услуг и т. д.).

Согласно ст.11.1 Закона о туризме, Объединение туроператоров является некоммер-

ческой организацией, представляющей собой единое общероссийское объединение, которое основано на принципе обязательного членства юридических лиц, осуществляющих на территории Российской Федерации туроператорскую деятельность в сфере выездного туризма, и действует в целях оказания экстренной помощи туристам.

24 августа 2012 г. под эгидой Ростуризма состоялся учредительный съезд Объединения туроператоров по выездному туризму, которое получило сокращенное название «Турпомощь». Первым руководителем организации в должности директора избран экс-президент «Мегаполис турс» Э. Кузнецов. Туроператоры выездного туризма были вправе осуществлять свою деятельность, не являясь членами «Турпомощи», лишь до 4 мая 2013 г. Условием для вступления в объединение «Турпомощь» является уплата взноса в компенсационный фонд по оказанию экстренной помощи туристам.

В соответствии с Правилами, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 27 февраля 2013 г. № 162, экстренная помощь оказывается туристу, находящемуся в стране временного пребывания, в случаях невозможности исполнения, неисполнения или ненадлежащего исполнения туроператором обязательств по договору о реализации туристского продукта. Оказание экстренной помощи включает в себя:

а) перевозку туриста в место окончания путешествия оптимальным маршрутом с наименьшими временными затратами по усмотрению объединения туроператоров (авиатранспортом, железнодорожным транспортом, автомобильным транспортом, водным транспортом);

б) обеспечение размещения (временного проживания) туриста в гостинице или ином средстве размещения на срок до начала осуществления перевозки к месту окончания путешествия – если период вынужденного ожидания перевозки составляет более 12 часов;

в) доставку туриста от места расположения гостиницы или иного средства размещения в стране временного пребывания до пункта начала осуществления перевозки к месту окончания путешествия (трансфер);

г) организацию питания туриста с учетом установленных законодательством Российской

Федерации физиологических норм питания человека;

д) обеспечение неотложной медицинской и правовой помощи;

е) обеспечение хранения багажа.

Решение об оказании туристу экстренной помощи или об отказе в ее оказании принимается Объединением туроператоров не позднее 24 часов с момента получения Объединением туроператоров обращения туриста. Указанное решение доводится до автора обращения немедленно всеми доступными средствами связи.

За время действия новой редакции Закона обнаружились его изъяны в правоприменительной практике. В январе 2013 г. заместитель руководителя Ростуризма Е. Писаревский выступил с заявлением о том, что его организация разрабатывает предложения по внесению новых изменений в законодательство о туристской деятельности. В частности речь идет об уточнении понятия «экстренная помощь». По действующему Положению, экстренная помощь должна оказываться из средств компенсационного фонда в случае невозможности исполнения, ненадлежащего исполнения и неисполнения туроператором обязательств по договору. А компенсацию через механизм финансового обеспечения можно получить только в случае существенных нарушений договора либо требований к качеству и безопасности турпродукта. Однако расширительное толкование понятия «ненадлежащее исполнение обязательств» может привести к тому, что турист будет вправе требовать эвакуации за счет компенсационного фонда просто на основании факта заселения в отель более низкой категории. Ростуризмом предлагается дать толкование на уровне подзаконных актов, что «ненадлежащее исполнение» – это именно неспособность туроператора исполнять свои обязательства. Подобные шаги должны упорядочить рынок туристских услуг и минимизировать конфликты между туристами, туроператорами и страховыми компаниями.

УДК 33

ВЫЗОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА И СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

С. А. КАЦИЕЛЬ

Омский государственный институт сервиса

Итак, в чем миссия образовательной системы в современном информационном обществе?

Сегодня информация стала общечеловеческой ценностью, а государственные границы становятся формальностью для делового, научного и гуманитарного обмена. Это факт, который невозможно отрицать. Однако нельзя не признать и то, что обилие этой самой информации по абсолютно любой теме сильно изменили и нас самих, и мир вокруг нас, и наше отношение к миру вокруг нас.

Информационное общество – одна из теоретических моделей, используемых для описания качественно нового этапа общественного развития, в который вступили развитые страны с началом информационно-компьютерной революции. Технологическим основанием общества становятся не индустриальные, а информационные и телекоммуникационные технологии.

Информационное общество – это общество, в котором:

Во-первых, информация становится главным экономическим ресурсом, а информационный сектор выходит на первое место по темпам развития, по числу занятых, по доле капиталовложений, по доле в ВВП. Использование информационных технологий становится главным средством повышения эффективности производства, укрепления конкурентоспособности, как на внутреннем, так и на мировом рынке.

Во-вторых, имеется развитая инфраструктура, которая обеспечивает создание достаточных информационных ресурсов. В первую очередь это система образования и наука. Происходит перераспределение ресурсов в пользу науки и образования. В США, так на-

© С. А. Кациель, 2013

учать ребенка–подростка–взрослого к необходимости постоянных изменений в образе жизни, к восприятию, следованию и сохранению национальных традиций и культурного наследия своей страны.

Современному высшему образованию в России сложно. Министры стращают, реформы буксуют, попытка копировать Запад бесплодна – слишком разные у нас «берега». Количество студентов пока что не переходит в качество. И в этом не только их вина: у государства на первом месте – сокращение бюджетных расходов на вузы, отсюда и невнятная образовательная политика.

Глобальной целью обучения студентов, по нашему мнению, является осуществление перехода от обыкновенного копирования и усвоения знаний к формированию философии их места и роли в реальной жизни. Это означает, что каждый, окончивший вуз, должен иметь ясное представление о нескольких важных вопросах: каково его призвание, что может делать, как может это сделать, как может помочь фирме, в которой работает, своей семье и своей стране в условиях глобальной информатизации общества.

1. Курицкий А. Б. Глобализация и Интернет //Проблемы современной экономики, N 3(7) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=18323>

2. http://www.nisse.ru/business/article/article_1498.html?effort=

3. <http://www.sharomov.ru/articul/&statya=viewstat&id=id4>

УДК 159.9

РОЛЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАБОТНИКА СЕРВИСА

М. Ю. СМИРНОВ

Омский государственный институт сервиса

Специалист сервиса работает в системе человек-человек. Осуществляя свою профессиональную деятельность, он должен понимать и учитывать особенности собственной психики и психики клиентов, уметь решать проблемы психологического характера, возникающие в процессе взаимодействия с клиентами. Решать психологические проблемы помогает психологическая культура, которая, к сожалению, в нашем обществе развита слабо. А. А. Осипова определяет психологическую культуру как заботу о своем психическом здоровье, умение выходить из психологических кризисов самому и помогать близким людям. В психологической культуре выделяется три основных компонента: 1) самопознание и самооценка; 2) познание других людей; 3) умение управлять своим поведением, эмоциями и общением [1, с. 5].

Одной из важнейших задач работника сервиса в процессе его профессиональной деятельности является создание вокруг клиента комфортной психологической атмосферы. Эта атмосфера создает необходимые условия для психологического раскрытия клиента. Ведь работнику сервиса важно понять клиента, диагностировать его особенности и потребности с целью его лучшего обслуживания. Сделать это бывает сложно в неблагоприятных психологических условиях, в которых любой человек начинает закрываться и скрывать свои подлинные чувства и желания. Порой в неблагоприятной психологической среде человек не может понять даже самого себя. С другой стороны, комфортная психологическая атмосфера будет способствовать психическому развитию клиента, позволит улучшить его настроение, свяжет возникшие положительные эмо-

© М. Ю. Смирнов, 2013

ции с данным предприятием сервиса, что приведет к росту его конкурентоспособности.

Таким образом, психологическая культура в сфере сервиса прежде всего проявляется в способности создавать вокруг клиента благоприятную для его понимания и обслуживания психологическую атмосферу. При отсутствии же должной психологической культуры работник сервиса своими действиями может создать дискомфортную для клиента психологическую среду, что приведет к его непониманию, к формированию у клиента внешних и внутренних конфликтов и, как следствие, испорченному настроению, раздражительности и озлобленности. Социально-психологический климат, существующий в той или иной стране, во многом обусловлен в том числе тем, насколько психологически грамотно организован процесс обслуживания населения этой страны в сервисной сфере.

Формирование психологически комфортной атмосферы вокруг клиента во многом связано с тем, как работник сервиса «видит» клиента. Наша психика представляет собой субъективное отражение объективной действительности. Результатом работы нашей психики является субъективный образ объективного мира. Этот субъективный образ акцентирует в человеческом сознании определенные стороны объективного мира, другие же стороны практически не воспринимаются (становятся фоном). В зависимости от того, какой образ клиента возникнет у работника сервиса, он будет себя вести по отношению к нему так или иначе. Скажем, если клиент не понравился работнику сервиса (сформировался негативный образ), это вольно или невольно будет проявляться в его мимике, жестах, отношении к клиенту. Люди всегда чувствуют, как их «видят» другие люди. И под влиянием этого «видения» невольно начинают менять свое поведение в заданном этим «видением» направлении. Так, Д. Макгрегор еще в сер. XX в. обнаружил, что подчиненные становятся ленивыми или активными в зависимости от того, как их менеджеры «видят» их. Христианская религия утверждает, что необходимо рассматривать другого человека как бога после Бога и относиться к нему в соответствии с данным «видением». Только в этом случае люди смогут сохранить благоприятную для их жизни духовную атмос-

феру. Возможно, что для работника сервиса такое «видение» клиента должно стать основным правилом.

Отражение мира человеком во многом является результатом работы его мышления. Поэтому психологическая культура предполагает в первую очередь наличие критичного развитого понятийного мышления. При помощи мышления мы анализируем, обобщаем поступающую информацию. Затем мы действуем на основе этих обобщений. Обобщения могут быть правильными (корректными) и неправильными (некорректными). Примером некорректных обобщений могут служить такие суждения, как «все в жизни плохо», «все люди плохие», «все мужики сволочи» и т. д. В сознании людей имеет место большое количество подобных обобщений, воспринятых чаще всего без критики. В процессе жизни люди порой настолько привыкают к ним, что воспринимают их как очевидность. Именно такого рода мыслительные обобщения, к которым человек относится абсолютно некритично, и являются чаще всего причиной психологических проблем. Это происходит потому, что человек интерпретирует поступающую информацию исходя из имеющихся у него обобщений. В том случае если используемое с этой целью обобщение является некорректным, человек может неадекватно воспринимать и оценивать поступающую информацию. Это обусловит неадекватность его действий, что в конечном счете приведет к появлению либо внешних, либо внутренних (психологических) проблем.

Владение психологической культурой предполагает выработку критичного отношения человека к первым возникшим у него мыслям по поводу себя, других людей или ситуации в целом. Чаще всего первое, что появляется в сознании в ответ на какой-то раздражитель, — это спонтанно возникающее стереотипное обобщение (основанный на аффекте комплекс), не отражающее ситуацию в полной мере. В связи с этим свои действия не следует основывать на первых возникших в сознании впечатлениях, поскольку они могут быть ошибочны (даже если они разделяются окружающими). Чтобы принять какое-то решение и начать действовать, необходимо изучить гораздо больший объем информации, чем это представлено в спонтанно возникающем эмоциональ-

Секция 8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе

ном комплексе. Необходимо задействовать понятийное мышление.

Сформировать необходимую работнику сервиса культуру мышления помогает блок социально-гуманитарных дисциплин, входящих в образовательный стандарт его подготовки. Владение социальными, психологическими, культурологическими знаниями позволит работнику сервиса грамотно отстроить свое мышление, учесть опыт многих поколений в формировании необходимой для жизни человека психологической среды. Таким образом, овладение психологической культурой предполагает перестройку мышления, развенчание мифов и стереотипов мышления в отношении себя, других людей, в целом работы психики.

Необходимо отметить, что каждый человек видит мир по-своему, исходя из имеющихся у него обобщений свойств действительности. Абсолютизация этого видения мира может привести к возникновению психологических проблем. Нужно понимать, что между тем как человек «видит» мир и самим миром есть достаточно большой зазор. В связи с этим очень важно учиться толерантности (терпимости) к видению мира других людей. Следует не подавлять других людей, не навязывать свою точку зрения, а вступать с ними в диалог, стремиться договориться. Именно путем диалога порой обнаруживается истина. Поэтому лучше всего не осуждать и не ругать человека, а постараться понять его образ мира, увидеть мир его глазами, встать на его точку зрения. Сделать это можно разными методами, например, при помощи идентификации (уподоблении себя другому), эмпатии (сопереживания другому) и рефлексии. Психологическая культура проявляется в способности человека разными способами (мышлением, чувствами, интуицией) понимать себя, других людей, суть возникающих психологических проблем, в его умение управлять собой.

Таким образом, эффективное и безболезненное взаимодействие работника сервиса с клиентом предполагает создание комфортной психологической атмосферы, в которой становится возможным максимальное понимание себя и другого, а также отсутствуют факторы, препятствующие управлению своей психикой и поведением. Формирование и развитие подобной атмосферы во многом определяет

ся уровнем психологической культуры работника сервиса.

1. Осипова А.А. Общая психокоррекция: учебное пособие для студентов вузов. М.: Сфера, 2001. 512 с.

УДК 17/18

СТАРЧЕСТВО КАК НРАВСТВЕННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИДЕАЛ В ЭКОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

А. А. ДЕНИСОВ

Омский государственный институт сервиса

Науки, изощряющие ум, без веры и без нравственности, не оставляют благоденствия народного. Одно обучение наукам не есть воспитание и даже вредно без возделывания нравственности.

А. С. Шишков

В настоящее время в стране полным ходом идёт образовательная реформа. Современная Россия пытается встроиться в глобальный мир, поэтому изменение системы образования, доставшейся нам с советских времён, признаётся реформаторами неизбежным. Как в своё время сказал министр образования России А. А. Фурсенко: «Пороком советской системы образования было стремление создать человека-творца, тогда как задача образования РФ – создать квалифицированного потребителя, способного пользоваться результатами труда других». Другая цель образования сегодня заключается, видимо, в том, чтобы подготовить конкурентоспособную личность, востребованную на рынке труда [5, с. 2] и эффективно приспособляющуюся к изменяющейся конъюнктуре.

В любом случае, целью российского образования, видимо, больше не является формирование гармонично развитого человека. Воспитательные функции образования последовательно элиминируются и редуцируются до внеучебных развлекательных мероприятий. Ос-

© А. А. Денисов, 2013

новными ценностными ориентирами образования и науки становятся эффективность и полезность. В силу этого стремительно теряет свой прежний статус фундаментальная наука и, особенно, гуманитарные дисциплины. Чрезмерное сближение науки и образования с производством и рынком привело к тому, что доминирующее положение стали занимать прикладные дисциплины и исследования. [1, с. 106] Теоретическое знание, которое традиционно формировалось через поиск истины, уступает место техническому, операционному знанию, которое кажется более востребованным в современной социально-экономической системе России.

Таким образом, после того как РФ несколько лет назад присоединилась к Болонскому процессу, в нашей стране последовательно осуществляются преобразования по западному образцу, который аксиоматически признаётся чиновниками от образования единственно верным.

В российском обществе, тем не менее, не затихают дискуссии о целях и методах реформ в области образования. И эта дискуссия является во многом повторением той, которая наблюдалась ещё в XIX веке, которая шла между либералами и представителями русской педагогической мысли традиционалистского направления. К числу последних, в частности, принадлежал известный лингвист и этнограф, составитель «Толкового словаря живого великорусского языка» Владимир Иванович Даль (1801–1872). По мнению В. И. Даля, образование и образовательная политика должны оцениваться с точки зрения нравственности и соответствия национальным особенностям страны. «В противоборстве западному приливу и волнению, – писал В. И. Даль, – кажется, не может быть иного смысла, как требование, во-первых, принимать образование и просвещение в добром направлении его, а не в дурном (можно быть умным и ученым негодяем), – и во-вторых, принимать его не бессознательно, а применяя и приурочивая к своей почве ..., следовательно, отвергая или изменяя все то, что нам негоже» [2, с. 153]

В настоящее время, по нашему убеждению, актуален именно экологический подход к реформам российского образования. При любых преобразованиях необходимо сохранить и за-

щитить то лучшее, что досталось нам от советской и дореволюционной моделей образования. Наша система образования, конечно, не лишена недостатков, но любые изменения, должны опираться на отечественную педагогическую традицию, которая имеет тысячелетнюю историю и истоком которой является православие.

В православии предельно ясно сформулированы изначальные цели и смыслы образования. Слово «образование» происходит от слова «образ». Оно первоначально означало участие в созидании в человеке образа Божия, восстановление его по подобию Божию, которые он утратил и утрачивает в результате грехопадения Адама и собственных грехов. Человек с помощью Бога создает себя по образу и подобию Божию. Задача наставника, духовника, педагога помочь в этом делании руководимому ученику. Таким образом, первоначально образование понималось как глубокий антропологический процесс, который имеет онтологические основания и последствия.

Если ориентироваться на труды Отцов Церкви, то совершеннейшим педагогом, которому во всём должны подражать будущие воспитатели, является сам Иисус Христос. В своем сочинении «Педагог» св. Климент Александрийский изображает Иисуса Христа как величайшего педагога и идеал воспитателя. Представляя Его общечеловеческим Педагогом, св. Климент понимает под воспитываемыми всех людей. «Дети – это мы, и притом без различия пола, возраста и состояния. Называемся же мы детьми потому, что детское состояние, изображаемое Писанием за его невинность и нравственную чистоту идеальным состоянием, должно служить предметом наших стремлений. У всех у нас один Учитель – Христос» [2, с. 115]. Педагогика Христа, по мнению св. Климента, состоит в Божественной религии, в наставлении, как служить Богу, в обучении, приводящем к познанию истины. Главная цель воспитания, указанная Педагогом Христом, по мнению св. Климента Александрийского, – это нравственное усовершенствование человека и вечное спасение. В зависимости от этой цели находятся и педагогические средства: вера должна лежать в основании всякого знания.

Секция 8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе

В России идеалом наставничества становится старчество. Образ старца как наставника оказался наделённым целым рядом этических и духовных характеристик. Существо характера наставника выражается в определённых добродетелях: благоразумии, справедливости (или правде), целомудрии (хранении целостности ума), милосердии, смирении, любви и жертвенности. Настоящие старцы также обладают даром рассуждения, прозорливостью, бесстрашием и даром духовного общения. Харизматичность старцев связывается прежде всего с их способностью знать волю Божию. Старец не просто обладает знанием, он являет собой образец наставника, который обучает и воспитывает прежде всего собственным примером.

Русское старчество не просто унаследовало от апостольских времён и древнего монашества духовную систему преображения человека через послушание наставнику, но и стало играть более широкую социокультурную роль в обществе. Русское старчество взяло на себя миссию обожения общества и выступило в качестве предельного идеала совершенствования для мирян. При этом старчество выполняло просветительскую функцию не только по отношению к простому народу, но и к образованному классу.

Интеллигенция девятнадцатого и начала двадцатого века вдруг обнаружила всю недостаточность светского западного образования. В Оптину пустынь для окормления у старцев потянулись великие русские философы и писатели. Русское старчество стало хранителем и транслятором в социальную среду того духовно-культурного кода, который позволял восстановить утраченную целостность как отдельной личности, так и общества в целом. Старцы с помощью собственной подвижнической жизни смогли донести до многих современников предельные образцы совершенствования, идеал христианского общежития и наставничества. Русское старчество в последние столетия превратилось в способ, механизм воспроизводства и передачи во времени мистико-аскетической традиции: передачи всех тех специфических структур сознания, особенностей поведения, установок отношения к миру, обществу, ближнему, которые отли-

чают человека в подвиге самосовершенствования [3, с. 19].

Эта мистическая традиция стала приобретать определённые формы и в светской культуре, в том числе в сфере образования. Многие выдающиеся старцы XIX и XX веков активно преподавали в светских и духовных образовательных учреждениях. Можно вспомнить выдающихся подвижников, которые стали образцами духовного наставничества, среди которых особо выделим митрополитов Московского Филарета (Дроздова) и Киевского Филарета (Амфитеатрова), святителей Игнатия (Брянчанинова) и Феофана (Затворника), о. Иоанна Кронштадского, митрополита Нестора (Анисимова), равноапостольного Николая Японского, святителя Макария (Невского), священномученика митрополита Петроградского Серафима (Чичагова), святителя Луку (Войно-Ясенецкого), патриарха Тихона, о. Антония (Блума), протоиерея Алексея (Мечева), о. Ионна (Маслова), протоиерея Александра Меня, игумена Никона (Воробьева) и многих других [4, с. 58].

Таким образом, русское старчество стало одним из инвариантов сохранения и трансляции тех изначальных смыслов, которые связывались с образованием. Светское образование, конечно, имеет свою специфику, но предельный разрыв с первообразом грозит утратой самой сути образовательного процесса. В силу этой причины российское образование должно сохранить неразрывную связь обучения и нравственного воспитания, которая изначально была заложена в отечественной традиции наставничества.

1. Денисов С. Ф., Дмитриева Л. М. Естественные и технические науки в мире культуры: учеб. Пособие. Омск: Изд-во ОмГТУ, 1997. 448 с.

2. Маслов Н. В. Православное воспитание как основа русской педагогики. М.: Самшит-издат, 2006. 510 с.

3. Феномен русского старчества: Примеры из духовной практики старцев / сост. и вступ. ст. Хоружего С. С. М.: Издательский Совет Русской Православной Церкви, 2006. 272 с.

4. Шафажинская Н. Е. Духовное наставничество как эталон психолого-педагогической культуры // Вестник ПСТГУ IV: Педагогика. Психология. 2009. Вып. 4 (15). С. 50–61

5. Шехтер М. М. Цели и задачи высшего образования в современных условиях

УДК 37.034

ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВУЗОВСКОГО ОБУЧЕНИЯ В СИСТЕМЕ ОТКРЫТОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Д. М. РОССОЛОВ

Омский государственный институт сервиса

Последние десятилетия человеческая цивилизация совершает переход от научно-технической парадигмы развития к гуманитарной, от технократической образовательной модели к гуманистической. Система образования, в первую очередь профессионального, в значительно большей степени, чем другие национальные социальные институты, подвержена влиянию современных процессов. Необходимость ускоренного социально-ориентированного научно-технического и экономического развития России ставит перед обществом и государством задачу опережающей модернизации всех звеньев национальной системы образования. В условиях перехода к постиндустриальному, информационному обществу система образования должна создать условия для подготовки высокообразованных специалистов, для которых установка на саморазвитие, профессиональное мастерство, выработку индивидуального стиля деятельности являются приоритетными на протяжении всей жизни. Переход от принципа «образование на всю жизнь» к принципу «образование через всю жизнь» как условие современного открытого образования ставит обучающегося перед вызовом повышения требований к самоорганизации, мотивированности, навыкам самостоятельной работы и трудолюбию.

Сегодня обществу требуется не просто профессионал-индивидуалист, а человек, нацеленный на общественно значимую деятельность, который приобретает внутреннее отношение к общественным ценностям, людям, делу, к самому себе.

Ценностная система российского общества переживает серьезную трансформацию. Качественно меняется ее роль в эволюции

общества, возникает новая структура общественных представлений индивида и социальных групп, включающих, наряду с традиционными, вновь появившиеся нравственные предпочтения.

В настоящий момент мы оказались на нравственном перепутье. Столкновение консерватизма и модерна, традиций и новаций стали особенно актуальны в последнее время и указывают на контрасты нашей жизни. Современный российский социум представляется сложным, изменчивым, переживающим утрату целостности нормативной системы, что ставит перед обществом задачу выработки определенного пути реформ и преобразований. Этот путь должен сочетать как традиционный культурный опыт и ценности, сформированные тысячелетним развитием истории, культуры, нравственности, так и новые устремления, связанные с изменением социальной реальности. Проблема ценностных ориентаций является связующим звеном между традициями и инновациями.

Современная образовательная система вуза крепко стоит на давно сложившемся фундаменте и способна выполнять функцию наследования общей и профессиональной культуры. В таком процессе традиционного образования четко и полно выкристаллизовываются «профессионально ориентированные» личностные черты. Общеизвестно, что участие людей в деятельности, обладающей общими признаками, приводит к формированию у них похожих черт личности, обусловленных сходством профессиональных требований к психологическим и психофизиологическим особенностям человека. Так, уже на первых этапах обучения профессиональной деятельности начинают формироваться профессиональные типы личности. Каждая профессия определенным образом сказывается на развитии специфических функций памяти, мышления, моторики, формирует особые личностные черты.

Но в высшей школе существуют проблемы, связанные с подготовкой специалистов, конкурентоспособных на рынке труда, компетентных, ответственных, свободно владеющих своей профессией и ориентирующихся в смежных областях знаний, способных к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов, готовых к постоянному про-

ценностей своей профессии, не перекладывая ответственность на объективные обстоятельства.

Такие признаки современной образовательной ситуации, как массовизация и коммерциализация, обостряют проблему оценки знаний студентов преподавателем на экзамене, превращая ее в еще один вызов, обращенный к профессиональной этике преподавателя. Приемлемым является подход, в соответствии с которым при приеме экзамена преподаватель обязан оценивать только продемонстрированные студентом знания, умения и навыки, и не должен принимать во внимание его особые жизненные обстоятельства и вследствие них корректировать аттестационные баллы. Кроме того, каковы бы не были персональные симпатии или антипатии, преподаватель на экзамене не оценивает личность студента, а только фиксирует качество проделанной студентом и предъявленной преподавателю работы.

Экзаменационная ситуация очень важна для осознания преподавателем собственной профессионально-этической компетентности, ее оформленности в профессионально-этическом кодексе, понимания природы своей профессии. Сегодня, когда в рамках менеджмента образования заметна тенденция, ведущая к отчуждению преподавателя от личностного участия в процессе обучения и оценивания знаний студентов, не только сама процедура экзамена, но и другие составляющие учебной деятельности (объективность и справедливость оценки, заблаговременное информирование студентов о критериях оценивания, обеспечение независимости преподавателя в оценивании студентов от давления администрации и т. д.) важны для формирования профессионально-этической компетентности преподавателя.

Таким образом, особенностью современной социокультурной ситуации для высшего образования является диалектическое соотношение процессов, отражающих многообразие и одновременно уникальность, функционирование «старого» и набирающее силу новое. Главной целью и продуктом образования по-прежнему является развитие, становление личности, ее способностей, социальных качеств, самобытности. Единственной альтернативой вызовам современности должна стать гуманистическая парадигма, объявляющая чело-

века высшей ценностью и решающая проблемы «человек–мир», «человек–общество», «человек–человек» на основе общечеловеческих ценностей. Свободное развитие индивидуальности – основополагающий фактор открытого образования.

Все это в условиях процесса модернизации требует точных, научно и нравственно обоснованных ответов на вызовы текущего дня.

УДК 4И (Англ.)

ФОРМИРОВАНИЕ ЛЕКСИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТА АКТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ДИЗАЙН»

Н. Н. ФИЛАТОВА, С. Г. ДАЛЬКЕ

Омский государственный институт сервиса

В настоящее время в условиях вуза цели и задачи обучения иностранному языку должны определяться исходя из потребностей общества и самих студентов, на основе тех задач, которые студенты будут решать после окончания вуза. Действительно, в современном мире изучение и знание английского языка в контексте профессиональной подготовки в вузах приобрело новый статус. В соответствии с новыми образовательными стандартами (ФГОС ВПО) языковое обучение будущих специалистов в сфере дизайна должно быть ориентировано не только на получение знаний, но главным образом на формирование компетенций, то есть совокупности речевых умений, языковых знаний и навыков и их использования, что позволит будущим специалистам быть конкурентноспособными в условиях рыночной экономики.

По мнению специалистов, Омская школа дизайна костюма является одной из самых сильных школ в России. Это подтверждает весомое количество побед, которые одержали студенты и выпускники кафедры «Дизайн костюма» Омского государственного института сервиса на международных и всероссийских

© Н. Н. Филатова, С. Г. Дальке, 2013

Секция 8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе

конкурсах молодых модельеров. Выпускники, обладая оптимальным набором профессиональных знаний, находят им применение не только в сфере индустрии моды, но и смежных областях. Они работают в графической рекламе, декораторами интерьеров, театральными художниками, преподавателями школ, вузов, колледжей, становятся профессиональными художниками. [4] Лучшие выпускники уезжают работать за границу. Грамотный, высокопрофессиональный и эрудированный дизайнер обязан хорошо знать и свободно владеть английским языком. Знание английского языка открывает небывалые горизонты, способствует получению дополнительного зарубежного опыта, освоению направлений и технологий.

Инновационный – деятельностный – подход к изучению английского языка соответствует целям и задачам продуктивного владения языком для использования его в различных видах общения. Осознание этих целей и задач требует нового качества преподавания английского языка студентам профиля «Дизайн». Речь идёт о формировании компонентов лингвистической компетенции у студентов в процессе обучения.

Основные компоненты компетенции по английскому языку включают: а) формирование фонетической, грамматической и лексической компетенций, б) использование данных компетенций в речевой деятельности для целей иноязычной коммуникации. Очевидно, что в процессе обучения компоненты данных компетенций находятся в тесной взаимосвязи, однако формирование лексических навыков имеет свои специфические задачи и приёмы.

Лексика является важнейшим пластом в системе языковых средств. Это определяет её важное место на каждом занятии по языку, и формирование лексической компетенции должно постоянно находиться в поле зрения преподавателя. Задача практического овладения иностранным языком требует поиска путей совершенствования как технологии формирования лексической компетенции, так и большого внимания к организации языкового материала.

Известно, что лексика изучается на основе текстов бытового или профессионально-ориентированного характера. Поэтому при обучении лексике первостепенное значение имеет

целенаправленный и тщательный отбор текстов. Уже во втором семестре первого курса студенты получают некоторый объём лексики при работе над такими текстами, как:

1. Элементы и принципы дизайна.
2. Разновидности дизайна.
3. Мода и стиль.
4. Современные дизайнеры.

На втором курсе объём лексического материала расширяется и конкретизируется в процессе изучающего чтения тематически-направленных текстов, предусмотренных рабочими программами по английскому языку для соответствующих художественно-технологических специальностей. Так, для студентов специальности «Дизайн костюма» в программе заложены следующие тексты:

1. Моя специальность. Почему я выбрал эту специальность в качестве профессиональной карьеры.
2. Что такое дизайн.
3. Формирование женского гардероба.
4. Формирование мужского гардероба.
5. Формирование детского гардероба.

Работа над лексическими единицами (словами и словосочетаниями) ведётся по двум направлениям, которые сформулированы в работах известных методистов [3] и подтверждены нашим профессиональным опытом: 1. Ознакомление и первичное закрепление лексики, то есть, её презентация. 2. Дальнейшее развитие лексической компетенции в речевых ситуациях.

От эффективности первого этапа зависит вся последующая работа над лексикой в темах профессионального общения. Задача преподавателя – выбрать наиболее эффективный способ презентации в соответствии с уровнем знаний студентов, качественной характеристикой слова и его принадлежностью к активному и пассивному минимуму.

На данном этапе целесообразно использовать различные виды работы над словом как изолированно, так и в контексте [5]:

- найдите в тексте английские эквиваленты русских слов и словосочетаний;
- определите слова по их дефинициям;
- подберите синонимы/антонимы к данному слову;
- выберите слова с наиболее общим значением;

- определите слово, которое не подходит к данной тематической группе;
- подберите к одному существительному как можно больше глаголов или прилагательных;
- составьте предложения из данных слов.

В процессе работы на данном этапе студенты учатся преодолевать трудности понимания, связанные с полисемией, омонимией, догадываясь о значении незнакомых слов по словообразовательным моделям и контексту, а также производя смысловой анализ отдельных фрагментов высказывания. Словарь-минимум, который прилагается к методическим разработкам, определяет количество лексических единиц, подлежащих усвоению, а их достаточная повторяемость в текстах обеспечивает прочное усвоение и формирование первого компонента лексической компетенции.

Первый этап формирования лексической компетенции систематизируется и контролируется тестами, дающими возможность оценить осведомлённость студентов в этой области языка.

Вышеназванные виды заданий и упражнений подводят студентов ко второму этапу формирования лексической компетенции: развитию умений использовать лексику в разнообразных видах речевой деятельности. На данном этапе студенты выполняют задания и упражнения коммуникативного характера, стимулирующие речевую деятельность студентов в монологической, диалогической или полилогической форме. Начинать формирование речевых навыков следует с упражнения такого вида:

- ответьте на вопросы, используя активную лексику по данной теме;
- поставьте вопросы к выделенным словам.
- соедините разрозненные части предложений в связный текст;
- подберите заголовки к тексту.

Вышеназванные коммуникативные задания учат студентов реально пользоваться языком в будущих жизненных и профессиональных ситуациях: при устном выступлении и беседе на конференции, на бизнес-переговорах, в дискуссиях. Кроме того, при выполнении упражнений коммуникативной направленности создаются условия для развития личностной активности студентов.

Таким образом можно сделать вывод, что предусмотренная новыми образовательными стандартами лексическая компетенция как часть компетенции языковой является одним из критериев сформированности речевой деятельности в целом. Можно надеяться, что лексическая компетенция, сформированная на занятиях по английскому языку, поможет выпускникам-дизайнерам в решении тех задач, которые они будут решать после окончания вуза.

1. Китайгородская Г. А. Гуманизация и гуманитаризация системы образования социальная программа // Вестн. Моск. ун-верситета, Сер. 20, Педагогическое образование. 2006. № 3. С. 3–11.

2. Мильруд Р. П. Компетентность в изучении языка: ИЯШ.-2004 - №7, с.30-36.

3. Соловова Е. Н. Методика обучения иностранным языкам. Базовый курс лекций: учебник. М.: Просвещение. 2002. 230 с.

4. Некоторые публикации о научной деятельности Омской школы дизайна костюма: Толмачева, Г. В. Омская школа дизайна костюма // Омский научный вестник – сборник статей. Мода и дизайн: исторический опыт – новые технологии. Материалы VI Международной научной конференции. Санкт-Петербург: Спб. гос. университет технологии и дизайна. 2003.

УДК 4И (Нем.)

РОЛЬ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

С. Г. ДАЛЬКЕ, Н. Н. ФИЛАТОВА

Омский государственный институт сервиса

Мало кто станет спорить о том, что сегодня знание иностранного языка ценится очень высоко и предоставляет множество преимуществ, поэтому изучению иностранных языков нужно уделять внимание не только школьникам и студентам, но и людям более старшего возраста, которые хотят развить собственный кругозор. Таким образом, на сегодняшний день дистанционное обучение является простым и приемлемым способом изучения любого иностранного языка.

Дистанционное обучение является одной из самых важных образовательных инноваций в наши дни, использует самые эффек-

Секция 8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе

тивные принципы и методы образования и считается важнейшим компонентом системы образования.

Анализ отечественной и зарубежной теории и практики дистанционного образования позволил отметить характерные особенности, присущие дистанционному образованию. Среди них:

- Индивидуальный подход. Перед началом занятий преподаватель проверит стартовый уровень знаний, а также поможет с выбором методической литературы.

- Гибкость. Обучающиеся занимаются в удобное для себя время, в удобном месте и в удобном темпе. Каждый может учиться столько, сколько ему лично необходимо для освоения курса и получения необходимых знаний по дисциплине.

- Параллельность. Обучение может проводиться при совмещении основной профессиональной деятельности с учебной, т.е. “без отрыва от производства”.

- Дальнодействие. Расстояние от места нахождения обучающегося до образовательного учреждения (при условии качественной работы связи) не является препятствием для эффективного образовательного процесса.

- Асинхронность. Подразумевает тот факт, что в процессе обучения обучающий и обучаемый работают по удобному для каждого расписанию.

- Охват. Можно проводить обучение большого количества человек.

- Рентабельность. Под этой особенностью подразумевается экономическая эффективность дистанционного образования (не требуется затрат на аренду помещений, поездок к месту учебы).

- Преподаватель. Речь идет о новой роли и функциях преподавателя.

- Обучающийся. Требования к обучающемуся существенно отличаются от традиционных.

- Новые информационные технологии. В средствах дистанционного обучения используются все виды информационных технологий, но преимущественно новые информационные технологии, средствами которых являются компьютеры, компьютерные сети, мультимедиа системы и т.д.

- Социальность. Дистанционное обучение в определенной степени снимает социальную напряженность, обеспечивая равную возможность получения образования независимо от

возраста, уровня образования, социального положения, места проживания и материальных условий.

- Интернациональность. Дистанционное обучение обеспечивает удобную возможность экспорта и импорта образовательных услуг.

Лучшим средством дистанционного обучения иностранному языку, несомненно, остается Интернет, который рассматривается: как средство доставки информации, как среда обучения, как основа для курса обучения (электронные учебно-методические материалы), как коммуникативная среда для формирования и развития основных речевых навыков и коммуникативной компетенции.

Основной целью обучения иностранным языкам на современном этапе является формирование коммуникативной компетенции, которая тесным образом связана с лингвистической и с культуроведческой компетенцией. И именно Интернет создаёт уникальную возможность знакомства с культурой страны изучаемого языка, обеспечивая межкультурное взаимодействие, позволяя слушать и общаться с носителями языка, т.е. он создаёт естественную языковую среду.

В связи с этим в настоящее время преподаватели иностранных языков могут более успешно осуществлять продуктивное обучение различным видам речевой деятельности – говорению, аудированию, чтению и письму; знакомить обучаемых с культуроведческими знаниями, а именно с особенностями речевого этикета, речевого поведения в условиях общения, с особенностями культуры, традициями страны изучаемого языка.

Обучать речевой деятельности предпочтительнее всего в живом общении. Компьютерные телекоммуникации предоставляют уникальную возможность обучаемым вступать в диалог с реальным партнёром, совершенствуя умения и навыки монологического и диалогического высказывания. Телеконференции, участие в международных проектах по различным проблемам стимулируют и развивают такие коммуникативные навыки, как умение вести беседу, высказывать свою точку зрения, находить компромисс с собеседником и излагать свои мысли. Таким образом, язык выполняет свою главную функцию – формирует и формулирует мыс-

ли. А это и является, по мнению Е. С. Полат, подлинной обучающей средой, настоящим погружением не только в исследуемую проблему, но и в саму иноязычную деятельность, в другую культуру. [3]

Интернет позволяет совершенствовать умения аудирования на основе аутентичных звуковых текстов: слушать и слышать собеседника; пополнять свой словарный запас лексикой современного иностранного языка. Для этого можно использовать различные записи последних радио- или теленовостей, многочисленные аудио- и видеопрограммы.

Используя информационные ресурсы Интернета, предоставляется возможность более эффективно обучать различным видам чтения: изучающему, поисковому, ознакомительному, просмотровому, работать с электронными справочниками и словарями.

Формировать умения письменной речи можно, приобщая обучаемых к общению посредством электронной почты. Преподаватель пересылает учащемуся различные учебные материалы, индивидуальные задания, инструкции, отвечает на его вопросы, а изучающие иностранный язык, в свою очередь, выполняют эти задания, посылают результаты выполнения контрольных заданий, задают вопросы, высказывают пожелания, составляют ответы преподавателю, участвуют в подготовке рефератов и т. п., тем самым, совершенствуя не только лингвистические знания, но и развивая умения выражать свои мысли и идеи.

Очевидно, что к обучаемому предъявляются высокие требования к личностным качествам: настойчивости, целеустремленности, честности и т. п. Они должны владеть основами методики и техники самостоятельной работы, самостоятельного приобретения и пополнения знаний при наивысшей мотивированности. И именно мотивация обучаемого является ключом к успеху учебного процесса. В связи с этим, разработка способов повышения мотивации обучающегося и есть первостепенная задача преподавателей, которая в свою очередь зависит от информационной компетентности преподавателя. Отсюда и первое требование к преподавателю – быть постоянным пользователем, постоянно повышая квалификацию по новейшим компьютерным технологиям.

Информационные компетенции преподавателя включают в себя способности преподавателя:

- комплексно использовать мультимедийные средства;
- самостоятельно создавать вебсайты, форумы и другие средства онлайн-коммуникации;
- самостоятельно осваивать новые средства коммуникации и работы с информационными потоками;
- научить обучающихся работать в мультимедийной среде;
- использовать информационные ресурсы сети Интернет;
- способность создавать авторские учебно-методические комплексы с использованием мультимедиа ресурсов;
- способность участвовать в телеконференциях, телемостах на иностранном языке;
- интегрировать мультимедиа-компоненты в традиционные методы обучения;
- писать методические рекомендации по работе с мультимедийными материалами;
- производить отбор существующих на рынке учебных курсов с использованием мультимедиа-технологий;
- оперативно создавать презентации, в том числе в Power-Point, на основе размещенного в Интернете материала;
- работать в системе дистанционного обучения.

Применение информационных технологий поможет преподавателям решить еще одну из существующих проблем – эффективно осуществлять контроль знаний. Компьютерные процедуры контроля знаний позволяют обеспечить более всестороннюю и объективную проверку уровня знаний, что повышает оперативность статистической обработки данных. Первостепенной задачей преподавателя становится формирование блоков тестовых заданий, контролирующих уровень сформированности иноязычной коммуникативной компетентности студентов на этапах формирования данной компетентности. Система контроля за усвоением знаний, за умением применять полученные знания иностранного языка в различных проблемных ситуациях должна носить систематический характер и строиться на основе оперативной обратной связи.

— + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + —

Специалисты утверждают, что добиться хорошего результата в изучении языка можно лишь в том случае, если занятия будут регулярными (пусть и не в одно и то же время суток), обучаемый будет систематически изучать новые темы, повторять пройденный материал, честно выполнять задания собственными силами и следовать всем рекомендациям преподавателя.

1. Вдовина О. А. Роль информационной компетенции преподавателя иностранного языка в дистанционном обучении // Московский институт международных отношений. М, 2006. С. 48-54.
2. Назаренко А. Л. Методические принципы организации интерактивного общения при дистанционном обучении иностранному языку // Сборник научных и научно-методических трудов, Выпуск 4. М.: МАКС Пресс, 2007. С. 115-124.
3. Полат Е. С. Организация дистанционного обучения иностранному языку на базе компьютерных телекоммуникаций // Дистанционное образование, 1998. С. 145-151.

УДК 37.01

ЭТНОПЕДАГОГИКА В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ИНДУСТРИИ СЕРВИСА

И. Ю. КОЖЕВНИКОВА

Омский государственный институт сервиса

С наступлением столетия, где превалирует массовая культура постиндустриального общества, ученые заговорили о глобализации, кризисе и даже исчезновении культуры. Педагоги, культурологи, философы, антропологи всего мира обеспокоены процессом, исключительно агрессивным и распространяемым как вирус в форме тотальной унификации человеческой индивидуальности, не имеющей ни территориальных, ни национальных границ. Бурный подъем этнического патриотизма, национализма, антиамериканизма является ответной реакцией на глобализацию и унификацию культур. В настоящее время актуальным становится практическое решение проблемы угасания «этнических форм культуры». И здесь отрицательную роль играет недостаточность знаний о народной культуре, отсутствие теоретических и методических исследований в этой области.

© И. Ю. Кожевникова, 2013

ретических и методических исследований в этой области.

В истории человечества имеются примеры обращения к народному искусству как к образцу и «строительному материалу» [2] новой культуры. В современной многонациональной России самобытная культура каждого народа, проживающего на её территории, имеет право на изучение, сохранение и поддержку. И автономные республики, области, края и районы уделяют собственным национально-культурным достижениям первостепенное внимание. Именно народная художественная культура оказалась в наибольшей степени способной к саморазвитию. Её позитивный социокультурный потенциал, направленность на самосохранение этноса стали основой, на которой формировались экономическая, социокультурная и образовательная деятельность в различных регионах России. Развитие традиционной культуры обеспечивает возможность преодоления многих проблем и аномалий, возникших и прогрессирующих в общественной жизни на протяжении последних десятилетий. Руководство различных государственно-территориальных образований придает особое значение поддержке самобытных видов народного творчества, их изучению, систематизации, хранению.

В современном мире роль образования стала чрезвычайно значимой. Особое его значение подчеркивается тем, что XXI век объявлен ЮНЕСКО «веком образования». Возникла необходимость новых подходов и новых принципов в образовательной деятельности. Важнейшей чертой нововведений явилось использование этнопедагогики (термин введен и популяризирован Г. Н. Волковым) [1], являющейся частью народной художественной культуры. Применение этнопедагогики представляет неопределимое значение в формировании высокообразованной, интеллигентной личности, ведь невежество в сочетании с безответственностью особенно опасно. К тому же этнопедагогика является базисной характеристикой системы непрерывного образования, связывающего все ступени воспитания и обучения детей и молодежи.

Этнопедагогика – наука, предметом изучения которой является народная педагогика как традиционная практика воспитания и обучения, исторически сложившаяся у различных этносов. Опыт

Секция 8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе

этнопедагогика используется для воспитания экоориентированного типа личности через сбор и изучение информации о традиционной культуре народов в одном из подразделов экологии, получившем название этноэкология (в западной литературе – культурная антропология).

Примером по развитию народной художественной культуры с применением этнопедагогика, является сфера образования, включающая учебные заведения: общеобразовательные, профессиональные, дополнительного образования детей, и культурно-просветительские учреждения. Отдельное место занимают высшие профессиональные учебные заведения и специальности «Декоративно-прикладное искусство», «Народное художественное творчество», «Дизайн». Профессиональная подготовка специальностям индустрии сервиса не ликвидирует проблему полного отсутствия квалифицированных специалистов в сфере изучения и сохранения народной художественной культуры. Особо важным следует признать вопрос отсутствия методологии введения обучающихся в мир народной художественной культуры и обучения их основам традиционного искусства. Увеличивается количество выпускаемых отдельных учебно-методических изданий, но их содержание не отвечает требованиям современного социума.

В последние годы большое внимание на местах уделяется также подготовке специалистов в области народной художественной культуры и широкому использованию учреждений образования и социально-культурной сферы в целях трансляции в современный социум лучших региональных и общероссийских традиций народной художественной культуры [4]. Определенную помощь в подготовке специалистов оказало открытие в государственных вузах и колледжах подготовки специалистов по специальностям «Народное художественное творчество» и «Социально-культурная деятельность и народное художественное творчество».

Омский государственный институт сервиса уже давно утвердился в качестве лидера в разработках новой одежды, основанной на национальных традициях. Коллекции омских художников костюма известны и за пределами нашей страны. Всё новое – это творчески переосмысленное старое. Мировая пропаганда западноевропейского костюма в современной жизни начинается чуть ли не самого раннего

детства. По мнению Галины Толмачевой – профессора, зав. кафедрой “Дизайн костюма” Омского государственного института сервиса. «Понятие как традиционный костюм очень трудно внедрить в среду молодежную, им кажется, что это древнее. Что это можно забыть и никогда не вспоминать. Наиболее яркая, интересная работа с народным костюмом в поисковом варианте происходит сейчас у современных дизайнеров одежды. Начиная со студенческой скамьи, идет постоянное изучение особенностей народного костюма, его национального звучания, использование элементов одежды в попытках интуитивного выражения самосознания нации. Потому что народный костюм – это кладезь нашей мудрости, нашего народного творчества, это – замечательный крой, декоративность вышивки, аппликации. Мы же не будем говорить, что мы – только русские, у нас учатся студенты разных национальностей. Мы воспитываем у них народным костюмом чувство гордости и патриотизма, то есть, они должны знать свои истоки, тем более что эти истоки красивые и интересные. А во – вторых, народный костюм – это вечное и не преходящее. Какое бы время не было, какие бы не были тенденции, всегда в народном костюме найдутся те признаки и элементы, которые можно использовать в народном костюме. А когда интересное предложение модельера, которое сочетает в себе эпатажность молодежи, и в то же время смягчает и придает романтизм народным костюмам, получается такая гремучая смесь, такая интересная, то молодежь с удовольствием эту смесь поглощает».

Формирование этностиля продолжалось на протяжении тысячелетий. Этим объясняется его естественность, натуральность, колоритность, эмоциональное богатство. На трансформации влияли географическое месторасположение этноса, климатические условия, традиции, особенности быта и культуры, духовность народа [3].

По данным профессора Омского института сервиса Владимира Богомолова: «Фонды музея декоративно-прикладного искусства ОГИС включают 1250 этнографических предметов и 120 археологических. Основные коллекции отражают культуру русских, ненцев, сибирских татар. Особую ценность представ-

ляют коллекции по прядению и ткачеству (она самая полная из всех музейных собраний Сибири), обуви, одежде, вышивке и кружев. В России можно найти специализированные торговые точки, где продают народную одежду многих национальностей – практически всех, что являются титульными в регионах нашей федерации, и даже тех народов, что не являются основными в наших республиках. А вот магазинов русского платья – нет. Хотя у наших соседей, как принято сейчас говорить, в ближнем зарубежье национальная одежда – это особый шик. Свадьба не считается нормальной свадьбой, если она не в национальных нарядах, а самая дорогая одежда в прокате – да, тоже национальная». На сегодняшний день во многих центрах традиционной культуры районов Омской области существуют творческие мастерские по изготовлению народного костюма. Надо работать этнографам, фольклористам, специалистам и делать все, чтобы этот костюм снова вернулся. Он найдет свое место, в домашнем быту, в нашем праздничном быту, в свадьбе. Сфера применения потенциально для него большая. Необходимо приложить сил и возможностей.

Таким образом, мы видим, что элементы этнопедагогике используются преподавателями для подготовки специалистов индустрии сервиса. Данный опыт очень ценен, дальнейшая разработка методической базы актуальна и необходима для внедрения и интегрирования в программы гуманитарных дисциплин подготовки и других специальностей индустрии сервиса.

1. Волков Г. Н. Этнопедагогика: учебник для студ.вузов / М. : Академия, 1999. 168 с.

2. Жиров М. С. Региональная система сохранения и развития традиций народной художественной культуры: учеб. пос. / Белгород: изд-во Белгу, 2003. 312 с.

3. Лазарев Е. Н. Интеграция культуры и дизайн человека. К постановке проблемы. // Художественная культура и народное творчество: сб.ст. / отв. ред. А. А. Дубровин. М.: МХПИ им. С. Г. Строганова, 1994. С. 3-15, 107.

4. Некрасова М. А. Народное искусство и экология культуры / Народное искусство и современная культура. Проблемы сохранения и развития традиций. М.: НИИ теории и истории изобразительного искусства, 1991. 378 с.

5. <http://nationalnature.narod.ru/20050219.html>

УДК 4И (Англ.)

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

С. Ю. НЕЙМАН

Омский государственный институт сервиса

Языковое общение протекает по той же схеме, как и любая другая форма деятельности. Вербальное общение – это одна из важнейших форм коммуникации. Это знаковое информативное действие. Коммуникация предполагает использование для передачи информации конвенциональных знаковых систем (вербальных/ невербальных). Коммуникация - это знаковое общение. Но с коммуникативными (знаковыми) действиями мы имеем дело наблюдая также и несловесные акты, сопровождающие различные церемонии и ритуалы (например, при обслуживании иностранных клиентов мы более широко используем жесты, чтобы сделать нашу речь – на иностранном и даже на родном языке – понятнее).

Но, безусловно, в коммуникации особая роль принадлежит языку. Есть две формы языковой коммуникации. Первичной формой является речевое общение, другой формой считается текстовое общение (Интернет, смс). Речевое и/или текстовое общение включено в деятельность более высокого уровня, и в конечном итоге в социальную реальность. Использование языка играет при этом весьма важную роль, обеспечивая необходимые для жизни общества как единого целого информационные связи.

Языковое общение всегда в определенной степени организовано, упорядочено, хотя подобное мы скорее наблюдаем в формальных ситуациях или в институциональных коммуникативных событиях. Участники общения вольно или невольно, сознательно или интуитивно следуют тем или иным правилам ведения разговора. С набором таких принципов того или иного социума они знакомятся либо в процессе обучения, либо в своей коммуникативной практике. Ученые-лингвисты определили

© С. Ю. Нейман, 2013

Секция 8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе

основным принципом, лежащим в основе такой коммуникации, принцип кооперации.

Принцип кооперации требует: твой вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какой предполагает совместно принятая цель (направление) этого диалога. Предписания, входящие в Принцип кооперации, могут быть следующими:

- Постулат количества: 1) твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется (для выполнения текущих целей диалога); 2) твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется.

- Постулат качества: 1) не говори того, что считаешь ложным; 2) не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований.

- Постулат отношения: не отклоняйся от темы.

- Постулат способа: выражайся ясно, а именно: а) избегай непонятных выражений; б) избегай неоднозначности; в) будь краток (избегай ненужного многословия); г) будь организован.

Несоблюдение или намеренное нарушение этих постулатов ведет к необходимости для слушающего, во-первых, постараться понять, что означает данное отклонение и, во-вторых, какую информацию говорящий передает в отличии от того, что содержится в буквальном значении полученного высказывания. Слушающий, осуществляя процедуру интерпретации данного высказывания, вычисляет скрытый в нем смысл – импликатуру.

Если принцип кооперации, практически можно отследить в большинстве актов коммуникации, то в сфере сервисной деятельности большую роль в регулировании процесса языкового общения играет Принцип вежливости. Этот принцип предполагает следование максимам, которые, в свою очередь, дробятся на определенные поведенческие, невербальные и речевые стратегии. В самом общем смысле, по нашему мнению, они могут выглядеть следующим образом:

1) такт: а) сведи к минимуму издержки для другого; б) сделай максимальную пользу для другого;

2) великодушие: а) сведи к минимуму пользу для себя; б) максимально увеличь потери для себя самого;

3) одобрение: а) сведи к минимуму порицание другого; б) сделай максимальной похвалу другого;

4) скромность: а) сведи к минимуму восхваление себя самого; б) доведи до максимума порицание себя самого;

5) согласие: а) сделай минимальным несогласие между собой и другим; б) добейся максимального согласия между собой и другим;

б) симпатия: а) сведи к минимуму антипатию между собой и другим; б) добейся максимальной симпатии между собой и другим.

В общем, люди более склонны ожидать и воспринимать положительную, приятную и полезную информацию, что особенно важно при необходимости предоставить определенную услугу.

В осуществлении сервисной деятельности следует различать коммуникативную и посткоммуникативную цель. Первая цель будет достигнута, когда собеседник понял вас, а вторая – если он осуществляет практическое действие, например, обслужит напитками, если вы сказали, что в помещении душно.

Таким образом, наша общественная жизнь, наше общественное поведение и наш социальный имидж определяется в огромной степени часто неосознаваемыми нами до конца, словесными правилами, которые говорят нам, что надо и чего не надо делать в данном месте в данное время. Сфера услуг является той самой деятельностью, в которой речевое поведение является одним из главных факторов самого осуществления этой деятельности.

1. Приходько А. И. Роль языковых стратегий в межкультурной коммуникации. // Вестник Нижегородского университета, № 4 (2). Н. Новгород, 2010. С. 932-934.

2. Рождественский Ю. В. Введение в культуроведение. М., 1999. 169 с.

3. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 352 с.

УДК 4И (Англ.)

КОНЦЕПЦИЯ ПРАЗДНОВАНИЯ ДНЯ РУССКОГО ЯЗЫКА В ОГИС

С. Ю. НЕЙМАН, О. В. ТКАЧЕНКО

Омский государственный институт сервиса

Концепция празднования дня русского языка в ОГИС основывается на соответствующей концепции этого праздника в РФ, разработанной научным сообществом МГТУ имени М. А. Шолохова (1). Но нам хотелось бы выделить и свои знаковые моменты мирового общественного развития, которые не могут не влиять на перспективу и понимание значимости русского языка в современном обществе, и отсюда формировать восприятие мероприятий, связанных с празднованием этого дня в ОГИС.

Конкуренция ценностей и моделей общественного, государственного и социально-экономического развития – один из ключевых трендов начала нового тысячелетия. Сегодня такое лидерство невозможно без опережающего развития человеческого потенциала – основы формирования новой экономики знаний. Поэтому многие государства в процессе перехода к инновационной модели экономики особое внимание уделяют модернизации и интернационализации национальных систем образования. Только развитая система образования, отвечающая требованиям, предъявляемым инновационной высокотехнологичной экономикой, и интегрированная в международное образовательное и научное пространство, способна стать одним из важнейших конкурентных преимуществ современной России (2).

В новых российских условиях вузы решают задачи обеспечения более глубокой фундаментальной, профессиональной, экономической, гуманитарной подготовки, а также предоставления каждому студенту возможности для интеллектуального, культурного и нравственного развития, что в итоге повысит его профессиональную мобильность, конкурентоспособность и социальную защищенность в условиях современного рынка труда. Это определяет необходимость использования всего

имеющегося потенциала при реализации инновационного учебно-воспитательного процесса.

При этом вузы должны реально понимать, что российская высшая школа при всех ее замечательных национальных традициях, при том опыте, который был накоплен, находится сегодня в системе координат общемирового образовательного пространства. Из этого следует, что нужно развивать многоплановые связи с зарубежными вузами, в том числе создавать сетевые университеты, развивать обменные программы с зарубежными вузами-партнерами, привлекать зарубежных преподавателей и студентов, публиковать результаты научных исследований профессорско-преподавательского состава в ведущих зарубежных журналах. Таким образом, происходит ускорение интернационализации в сфере высшего образования в условиях глобализации.

В результате процессов глобализации и интернационализации образования за последние десятилетия значительно усилилась социальная, экономическая и политическая роль университетов. Широкую популярность во всем мире получила так называемая модель глобального научно-исследовательского университета (*global research university*), в рамках которой университеты становятся активными игроками не только в производстве новых знаний, но и в их распространении и использовании через инновационную деятельность (3). Кроме того, в последние пятнадцать лет возникли новые формы интернационализации, характеризующиеся трансграничной мобильностью вузов или их программ. За последние три десятилетия количество студентов, обучающихся за пределами своей страны (или «мобильных студентов», согласно классификации ЮНЕСКО), возросло более чем в 4 раза (с 0,8 млн человек в 1975 г. до 3,7 млн человек в 2009 г. (4)). Вовремя осознав преимущества влияния на мир через образование, североамериканские университеты стали мировыми лидерами по привлечению иностранных студентов. По данным ЮНЕСКО, в 2007 г. вузы США приняли наибольшее количество иностранных студентов – 595 900 человек, 21,3 % от общего числа иностранных студентов в мире (4; 5).

Конкурентоспособность российской системы образования также может быть повышена за счет реализации эффективной стратегии

экспорта образовательных услуг. Исходя из таких приоритетных направлений внешней политики России, как поддержка соотечественников, создание благоприятных условий для строительства Союзного государства и укрепления ЕврАзЭС как центра экономической региональной интеграции, одной из приоритетных целей политики России является усиление роли России как главного образовательного центра в СНГ (6).

Это особенно важно для России, так как речь идет о соседних государствах, объединенных общим историческим прошлым, значительная часть населения которой может говорить на русском языке. Российская система образования может стать эффективным инструментом внешней политики. Именно на пространстве СНГ Россия обладает существенным преимуществом для привлечения иностранных учащихся (соотношение цены и качества образования, язык обучения, репутация университета, географическая близость).

В перспективе, при условии выполнения поставленных президентом В. В. Путиным задач перед российской высшей школой (10), мы можем претендовать на частичное перенаправление студенческих потоков из крупнейших мировых демографических центров – Китая и Индии – в российские вузы. При этом важнейшая задача повышения качества и интернационализации национальной системы высшего образования может эффективно решаться за счет более глубокой интеграции вузов России в общемировое образовательное пространство, прежде всего в рамках Болонского процесса.

Интернационализация российской системы образования в рамках общего европейского пространства высшего образования будет определяться развитием отношений России и Европейского союза, включая последовательное формирование общих пространств в сферах экономики, внешней и внутренней безопасности, образования, науки, культуры. Развитие отношений с США и Канадой, а также двусторонних и многосторонних отношений с Бразилией, Индией и Китаем, в том числе в рамках БРИК, создаст дополнительные возможности для укрепления экспортного потенциала российской системы образования на мировом рынке услуг образования и интеграции российс-

кого образования в мировое образовательное пространство. Перспективным направлением сотрудничества в сфере образования может стать Азиатско-Тихоокеанский регион, с учетом укрепления Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), продвижения ее инициативы по созданию сети партнерских связей между всеми интеграционными объединениями (7).

Творчески мыслящие и любознательные студенты из других стран, в ходе своего обучения активно изучая язык принимающей страны, с искренним интересом знакомятся с достижениями науки и культуры. Такие студенты приобретают ценный социальный капитал и, вернувшись на родину с новым багажом накопленных знаний, связей, симпатий и новых друзей, как правило, становятся эффективными проводниками языка и культуры той страны, где учились. В итоге эффективность воздействия на внешний мир с помощью национального образования оказывается гораздо выше, чем через военные или иные рычаги давления. Культура и ценности распространяются и укореняются постепенно, однако глубоко и надолго. Поэтому следует набраться терпения и упорно трудиться, повышая эффективность этого инновационного внешнеполитического инструмента.

Еще летом 2007 года Президент России Владимир Путин подписал указ о создании фонда «Русский мир», цель которого – «распространение и развитие богатейшего культурного наследия России». Международная ассоциация преподавателей русского языка и литературы (МАПРЯЛ) при поддержке Фонда «Русский мир» и Федеральной целевой программы «Русский язык» с 2008 г. стала проводить Европейский фестиваль русского языка, который включал широкую конкурсную программу на лучшее владение русским языком, викторины на знание русской истории и культуры, конкурсы русской песни. Стали проводиться региональные фестивали русского языка в ряде стран Европы: Италии, Германии, Великобритании, Молдавии, Украине, Сербии, Черногории, где кроме конкурсов была организована и научно-методическая программа для учителей русского языка: лекции, семинары, мастер-классы, круглые столы. Всего в мероприя-

Секция 8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе

— + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + —
тиях Европейского фестиваля русского языка приняли участие более 34000 человек (8).

Необходимо отметить, что русский язык в мире — это не только средство общения, но и база, которая дает возможность построения основы для развития культуры, плодотворного сотрудничества, дружеских отношений между народами. Русский язык является одним из самых распространенных в мире по числу говорящих на нем. Спад интереса к русскому языку, наблюдавшийся в постсоветский кризис, по мнению ученых, политиков и аналитиков, преодолен. В бывших социалистических странах Европы и у ближайших соседей — Польши, Болгарии, Чехии в 90-е годы XX века был катастрофический спад интереса к русскому языку. В Польше, к примеру, русский язык занял шестнадцатую позицию среди других иностранных языков, изучаемых в высших учебных заведениях, в Болгарии — четырнадцатую.

По данным сайта www.ia-centr.ru/expert/264/ сейчас в этих двух странах он находится на второй позиции (9). Если в 90-е годы во многих вузах Европы при уменьшении студентов, желающих изучать русский язык, закрывались факультеты и кафедры русистики, то на нынешнем этапе, при возросшем интересе к России, этот процесс не только прекратился, но и изменился качественно: составляются новые программы, открываются отделения и курсы. Таким образом, продвижение русского языка за рубежом носит очень важный характер.

Нам необходимо с помощью русского языка сохранять и развивать общее информационное, образовательное, экономическое и социально-культурное пространство. В этом ключевое значение приобретает работа с молодежью и привлечение молодых соотечественников на учебу в Россию. В 2012–2013 учебном году на обучение в российских вузах за счёт средств федерального бюджета по линии Россотрудничества для граждан и соотечественников в странах АТР выделено 114 мест. Из них — 65 на обучение по программам вузовской и послевузовской подготовки и 49 — на стажировки и повышение квалификации. В настоящее время на обучение в российские вузы приняты 75 кандидатов: 20 из Вьетнама, 10 из Индонезии, 1 из Китая, 11 из Мексики, 22 из Монголии, 1 из США и 10 из Японии (11).

Сегодня по-русски на земном шаре говорят около 300 миллионов человек, из них в России — 144 миллионов человек. Русский язык как иностранный преподается более чем в 100 странах мира, в 79 странах существует академических программы высшего образования, в 54 — он включен в школьные программы. В США русским языком владеют около 4,5 миллионов человек. Согласно последней переписи населения в США люди, которые указали, что русский — их родной язык имели уровень доходов в 1,5 раза выше, чем в среднем по США. Сегодня в США существует 3000 школ, в которых преподают русский как иностранный. На вопрос: «Хотели бы вы, чтобы ваш ребенок знал русский язык?» В странах СНГ утвердительно ответили: в Азербайджане — 90 %, в Армении — 99,6 %, в Белоруссии — 99 %, в Казахстане — 97 %, в Молдавии — 87,2 %, в Узбекистане — 97 %, в Таджикистане — 99,3 % (8,14).

Роль духовно-культурной консолидации — важнейшая социально-культурная функция русского языка. Он является тем инструментом, который объединяет всех граждан экономически и политически, способствует освоению мирового культурно-исторического опыта. В. В. Путин в контексте размышлений о национальном вопросе: «Гражданская задача образования, системы просвещения — дать каждому тот абсолютно обязательный объем гуманитарного знания, который составляет основу самоидентичности народа. И в первую очередь речь должна идти о повышении в образовательном процессе роли таких предметов как русский язык, русская литература, отечественная история — естественно, в контексте всех богатства национальных традиций и культур» (10).

6 июня 2011 года был подписан Указ Президента Российской Федерации «О Дне русского языка». Целью этого Указа было сохранение и развитие русского языка как общенационального достояния народов России, как средства международного общения. Дата выбрана не случайно — это день рождения великого русского поэта Александра Сергеевича Пушкина. В этот день различные культурные массовые мероприятия, посвященные русскому языку, планируется провести не только в России, но и за рубежом, во многих странах мира на базе наших представительств, а также посольств и консульств. В рамках програм-

Секция 8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе

мы поддержки и развития многоязычия и культурного многообразия ООН 6 июня отмечается как День русского языка. ООН выделила в календаре 6 дней – по одному на каждый из официальных языков. Таким образом, в международном аспекте цель новых праздников – укрепить позиции многоязычия в мире.

Цель празднования дня русского языка в России – раскрытие в системе общероссийских и региональных мероприятий роли русского языка в формировании культурного, политического и экономического общероссийского пространства и в развитии конкурентоспособности языковой личности россиянина, воплощение идеи значимости русского языка как общественного достояния народов Российской Федерации

Развивая идею празднования Дня русского языка в конкретной ситуации, мы исходим из того, что именно студенчество занимает особое положение в социальной структуре общества, отличаясь высоким уровнем стремления к личностно-профессиональному самоутверждению, творческим потенциалом, активным интересом к практическому участию в социальных преобразованиях России, собственным отношением к различным сторонам общественной жизни страны, собственными социальными ориентациями. В студенческие годы у молодых людей формируются определенные ценности и взгляды. Понимая современную локальную социо-культурную ситуацию нашего региона, изучив опыт празднования дня национального языка в других странах (8), необходимо сформулировать перспективы и направление мероприятий этого праздника в ОГИС.

Приоритетным нам представляются действия, направленные на повышение образованности наших студентов в области русского языка, учитывая, что внимание к этому предмету в учебном процессе, при всех правильных словах на эту тему, сократилось. Соответственно, должны расширяться, например, возможности внеаудиторного дистанционного тестирования под грифом «проверь свой русский». Традиция написания студенческих эссе, тематически увязанных с проблемами русского языка, культуры речи, краеведения, лингвистики, русской литературы способствовала бы поддержанию интереса студентов. Удачная тематика могла бы заинтересовать студентов: «Русский язык – язык

международного общения», «Правильно говорить модно», «Язык моего города», «Загадки наших фамилий», «Язык общения в социальных сетях», «Язык активного блогера», «Иностранные мифы о Сибири», «Речевые идеалы разных эпох» и т. д.

Кроме этого можно также организовать конкурсы литературных переводов, как например, в мастерстве перевода словесного портрета в литературном произведении во время уже ставшей традиционной весенней недели иностранного языка в ОГИС. Ежегодное празднование Дня русского языка можно каждый раз подкреплять определенным девизом – «ОГИС – вуз грамотных людей», «Каждая нация индивидуальна», «Путешествие в мир вежливости».

Несмотря на то, что книжность в настоящее время – понятие далеко не модное, яркие и особенные книжные выставки все-таки могли бы привлечь внимание студентов: «Пейзаж в поэзии и иллюстрации», «Лучшие иллюстрации произведений русской литературы». Представляется, что сотрудничество библиотеки и творческих кафедр в этом направлении могло бы дать какой-либо интересный результат. Студенты могут принимать активное участие в сборе иллюстративного материала, тем более что современные мультимедийные средства сегодня облегчают эту задачу.

Язык студенческой газеты мог бы также послужить отправной точкой для поиска свежих идей привлечения внимания к русскому языку. В институте действует кино клуб, который мог бы также включиться в систему празднования Дня русского языка в вузе, организуя программы показа шедевров русской литературной классики и современности. Информационный ресурс также возможен в виде своего сайта или страницы институтского сайта, привлекающего внимание к русской культуре и языку.

Итогом всех мероприятий, проводимых в течение всего учебного года должно стать 6 июня, когда подводятся разнообразные итоги и награждаются победители, которых, все-таки, должно быть много. Для этого можно привлекать все ресурсные возможности института, в частности телеэкраны, студенческую газету, стипендиальные и наградные фонды.

В заключение хочется отметить, что инвестиционная привлекательность русского язы-

Секция 8. Гуманитарные вопросы сервиса в информационном обществе

ка в какой-то мере сродни инвестиционной привлекательности российской экономики. «Способна ли наша страна создавать новые технологии, «новые смыслы», новые слова, не имеющие эквивалентов в других языках и обозначающие позитивные общественные явления? Пока мы этого не знаем. Русь, как это нередко бывало в ее истории, «не дает ответа». Нам не надо ни бояться английского языка, ни посягать на его глобальную роль. Мы вполне способны сохранить русскоязычное пространство для себя и для других» (11).

Две последних цитаты обобщают концептуальные основания нашего уже настоящего, а не будущего праздника.

...Не империя, а культурное продвижение; не пушки, не импорт политических режимов, а экспорт образования и культуры помогут создать благоприятные условия для российских товаров, услуг и идей. Мы должны в несколько раз усилить образовательное и культурное присутствие в мире – и на порядок увеличить его в странах, где часть населения говорит на русском или понимает русский (12)

.....Most people in the world are multilingual, and everybody could be; no one is rigorously excluded from another's language community except through lack of time and effort. Different languages protect and nourish the growth of different cultures, where different pathways of human knowledge can be discovered. They certainly make life richer for those who know more than one of them. (13)

1. Концепция празднования Дня русского языка в РФ. // gopryal.ru/wp-content/uploads/2012/03/konceptsiya_dnya.docx.

2. Трэмблэй К. Интернационализация: Формирование стратегий в национальном контексте // Вестник международных организаций. 2010. № 3 (29). С. 117.

3. Концепция развития научно-исследовательской и инновационной деятельности в учреждениях высшего профессионального образования Российской Федерации на период до 2015 года (2010 г.). [Электронный ресурс].

4. Global Education Digest 2009: Comparing Education Statistics across the World. The UNESCO Institute for Statistics, 2009. P. 36–37.

5. Всемирный доклад по образованию 2006. Сравнение мировой статистики в области образования. Институт статистики ЮНЕСКО. Монреаль. 2006. С. 32–34.

6. Исследовательские университеты США: Механизм интеграции науки и образования / под ред. проф. В. Б. Суяна. М.: Магистр, 2009. С. 220.

7. Концепция государственной политики Российской Федерации в области подготовки национальных кадров для зарубежных стран в российских образовательных учреждениях (2002 г.). [Электронный ресурс].

8. Фестиваль Русского Языка. // <http://www.mapryal.org/content>

9. Манасян, Т. Русский язык в Армении www.ia-centr.ru/expert/264/

10. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки» // Российская газета. 2012. 09 мая. [Электронный ресурс].

11. Косачев К. России нужны новые подходы к «мягкой силе» // http://russiancouncil.ru/autor_profile/?author_id_4=78

12. Путин В. Россия и меняющийся мир // Российская газета. 2012. 27 февраля. [Электронный ресурс].

13. Ostler, N. Empires of the Word: a Language History of the World HarperCollins: London and New York. 2005

14. Русский язык – родной и иностранный // Иностранные языки. Выпуск 2: зима 2011-2012 г. М. 2012. С. 20-21.

АЛФАВИТНО-ИМЕННОЙ УКАЗАТЕЛЬ

А

АБРАМОВ ПАВЕЛ ЕФИМОВИЧ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса, кафедра дизайна, рисунка и живописи, профессор, ч.с.х,
тел. 8 (3812) 23-66-93

АГЕДИЛОВА МЕРЕКЕ ТУЯКОВНА

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, Республика Казахстан,
АЗИЕВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА
ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайн костюма, ч.с.д., доцент, тел. 8 (3812) 24-48-36,
E-mail dk@omgis.ru

АНДРОСОВА ГАЛИНА

МИХАЙЛОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра сервиса и технологий изделий легкой промышленности, д.т.н., профессор, 8 (3812) 24-49-48

АРХИПОВА ТАТЬЯНА НИКОЛАЕВНА

ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва, к.т.н., доцент

АУЕЗ ЖАНАРЫМ КАМАЛОВНА

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, Республика Казахстан, магистрант

АХМЕТОВА АЙМАН БЕЙБУТОВНА

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, Республика Казахстан, ст. преподаватель, ст. преподаватель

Б

БАГРИНЦЕВА АНАСТАСИЯ

ИГОРЕВНА

Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова, Институт информационных технологий и инженерного образования, студент, E-mail: ang_231191@mail.ru

БАЛАНДИНА ЕЛЕНА

АЛЕКСАНДРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра конструирования швейных изделий, к.т.н., доцент,
тел.8(3812)23-43-77,
E-mail: balandina_elen@mail.ru

БАЛАШОВА ЕЛЕНА

АЛЕКСАНДРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра бухгалтерского учёта, анализа и аудита, доцент, тел. 8 (3812) 23-66-95, 8-908-792-74-64,
E-mail Elen_79@mail.ru

БЕККЕР ИННА ДАВЫДОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра туризма, магистрант, гр. Тм-111

БЕЛЬКО ТАТЬЯНА ВАСИЛЬЕВНА

Поволжский государственный университет сервиса, зав. кафедрой дизайна и художественного проектирования изделий, д.т.н., профессор

БОГОДУХОВА ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА

ФГБОУ ВПО «Армавирская государственная педагогическая академия», Краснодарский край, ст. преподаватель

БОДРЯКОВА ЛЮДМИЛА

НИКОЛАЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра сервиса и технологий изделий легкой промышленности, к.т.н., доцент, тел. 8 (3812) 23-43-77,
E-mail stilp@omgis.ru

БОЛДЫРЕВА ЛЕСЯ МИХАЙЛОВНА

ФГБОУ ВПО «Армавирская государственная педагогическая академия», Краснодарский край, преподаватель, E-mail: lesya_2703@mail.ru

БУСЫГИНА ОЛЬГА МИХАЙЛОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, доцент, тел. 8 (3812) 24-48-36

В

ВАСИЛЬВА ЭММА ВИКТОРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, ч.с.д., доцент, тел. 8 (3812) 24-48-36,
E-mail udachaom@mail.ru

Г

ГАВЛИЦКАЯ ОЛЬГА БОРИСОВНА

ФГБОУ ВПО «Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса», г. Шахты, аспирант,
E-mail: gavlitskaya_o@mail.ru

— + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + — + —

ГЕРАСИМОВА ЮЛИЯ ЛЬВОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, ч.с.д., доцент, тел 8 (3812) 24-48-36

ГРИЦАЙ МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра гостиничного дела, к.э.н., доцент, E-mail: grihome@mail.ru

Д

ДАЛЬКЕ СВЕТЛАНА ГЕОРГИЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра иностранных языков, ст. преподаватель, тел. 8 (3812) 23-65-84

ДАНЦОВА ТАТЬЯНА ФЕДОРОВНА

ФГБОУ ВПО «Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса», г. Шахты, кафедра моделирования, конструирования и дизайна, к.т.н., доцент

ДЕГТЯРЕВА ГАЛИНА

ВЛАДИМИРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, ст. лаборант, тел. 8 (3812) 24-48-36, E-mail dk@omgis.ru

ДЕМЧЕНКО ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра конструирования швейных изделий, аспирант

ДЕНИСОВ АНДРЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра философии и социально-гуманитарных дисциплин, ст. преподаватель, тел. 8 (3812) 24-29-64

ДЖАЗЫКБАЕВА БАЛДЫРГАН

КОЛДАСБАЕВНА

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, Республика Казахстан, кафедра товароведения и сертификации, ст. преподаватель

ДОЛГОВА ЕЛЕНА ЮРЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра стандартизации, сертификации и экспертизы качества, к.т.н., доцент

ДОННИКОВ А. В.

ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Институт экономики и культуры, г. Москва

ДРЕМЛЮГА ОЛЬГА

АЛЕКСАНДРОВНА

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», кафедра сервисных технологий, межкафедральный научноисследовательский центр, м.н.с., E-mail: Olga.Dremlyuga@vvsu.ru

ДРМИНА ГАЛИНА АНАТОЛЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра экономики и организации производства, доцент, тел. 8 9533900321, E-mail dremina-galina@mail.ru

ДРОЗДОВА ГАЛИНА ИВАНОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, к.т.н., доцент, тел. 8 (3812) 24-48-36, E-mail dk@omgis.ru

Е

ЕРЖАНОВА САЛТАНАТ

КУЛДАСПАЕВНА

Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, Республика Казахстан, к.э.н., докторант специальности «Туризм»

ЕРМАКОВ АЛЕКСАНДР

СТАНИСЛАВОВИЧ

ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва, зав. кафедрой технологии, конструирования и экспертизы изделий, доцент, к.т.н., E-mail: ТКЕI2011@yandex.ru

ЕРУБАЕВА ДИНАРА ШАЙХАНОВНА

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, Республика Казахстан, преподаватель

ЕСЕНБАЕВА ГУЛЬМИРА

АХМАДИЕВНА

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, Республика Казахстан, зав. кафедрой товароведения и сертификации, д.п.н., профессор, тел. 8 (7212) 44-15-64

Ж

ЖАКИШЕВА ИНАРА ЕРБОЛОВНА

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза

Республика Казахстан, магистрант

ЖАР ЖАННА ЖАНИБЕККЫЗЫ

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, Республика Казахстан, магистрант

**ЖУМАКАЕВА БОТА
ДАУЛЕТХАНОВНА**

Университет им. Сулеймана Демиреля,
г. Алматы, Республика Казахстан

З

ЗУЕВА ВИКТОРИЯ ВЛАДИМИРОВНА

Хакасский государственный университет им.
Н.Ф. Катанова, кафедра технологии швейного
производства и методики профессионального
обучения, E-mail: viktorija.zueva@gmail.com

И

ИВАНЦОВА ТАМАРА МИХАЙЛОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра стандартизации,
сертификации и экспертизы качества, к.т.н.,
доцент

ИВАЩЕНКО МАРИЯ АЛЕКСЕЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра конструирования
швейных изделий, аспирант

ИСАБАЕВА ГУЛЬСУМ МАКСУТОВНА

Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза, Республика Казахстан, к.х.н.,
ст.преподаватель

К

КАКЕНОВ КАЙРАТ САТТУОВИЧ

Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза, Республика Казахстан,
кафедра товароведения и сертификации, к.т.н.,
профессор, тел. 8 (7212) 44-15-64

КАЛИНИНА ТАТЬЯНА

МИХАЙЛОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра
Прикладной информатики и математики, к.э.н.,
доцент, тел. 8 (3812) 24-33-63

КАТАЕВА СВЕТЛАНА БОРИСОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра дизайна костюма,
к.т.н., ст. преподаватель,
тел. 8 (3812) 24-48-36,

E-mail kataewasbogis@mail.ru

КАРАСЪВ ИГОРЬ ЕВГЕНЬЕВИЧ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра туризма,
к.филол.н., доцент, тел. 8 (3812) 24-68-82,
E-mail igor200617@yandex.ru

КАРГАПОЛОВА ТАТЬЯНА ЮРЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра конструирования
швейных изделий, аспирант

**КАРИМОВА БАХЫТГУЛЬ
НУРЛАМОВНА**

Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза, Республика Казахстан

КАРНАЦЕВИЧ ИГОРЬ

ВЛАДИСЛАВОВИЧ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
педагогический университет», кафедра
географии и методики обучения географии,
д-р геогр.н., профессор

КАУФМАН НАТАЛЬЯ ЮРЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра экономики и
организации производства, ст. преподаватель,
тел. 8 (3812) 25-84-14

КАЦИЕЛЬ СВЕТЛАНА

АНАТОЛЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», зав. кафедрой философии
и социально-гуманитарных дисциплин, к.соц.н.,
доцент, тел. 8 (3812) 24-29-64,

E-mail fsgd@omgis.ru

КИЛИС ЮРИЙ АЛЬФОНОВИЧ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра философии и
социально-гуманитарных дисциплин, к.ф.н.,
доцент, тел. 8 (3812) 24-29-64,

E-mail fsgd@omgis.ru

КИРИЧЕНКО АНАСТАСИЯ

ВЛАДИМИРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра бухгалтерского
учёта, анализа и аудита, ст. преподаватель,
тел. 8 9059230822, E-mail kirav5@mail.ru

КЛЕВАКИНА ЛЮДМИЛА

АЛЕКСЕЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра дизайна костюма,
ст. преподаватель, тел. 8 (3812) 24-48-36,
E-mail dk@omgis.ru

КЛЕПЦОВА ОЛЬГА ИГОРЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра гостиничного дело,
ст. преподаватель, тел. 8 (3812) 23-57-43,
E-mail: olgaogis@mail.ru

КОВАЛЕВА НАТАЛЬЯ ИВАНОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный
институт сервиса», кафедра сервиса и
технологий изделий легкой промышленности,
к.т.н., доцент, тел. 8 (3812) 23-43-77,

E-mail stilp@omgis.ru



КОЖЕВНИКОВА ИННА ЮРЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра иностранных языков, преподаватель

КОРОБОВА АНТОНИНА БРОНИСЛАВОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», декан художественно-технологического факультета, кафедра конструирования швейных изделий, к.т.н., профессор, тел. 8 (3812) 24-28-07,

E-mail kshi@omgis.ru

КОРОЛЕВА ЛЮДМИЛА АНАТОЛЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», к.т.н., доцент,

E-mail: ludmilakoroleva@rambler.ru

КУЗНЕЦОВА АЛЕНА

ВЛАДИМИРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра стандартизации, сертификации и экспертизы качества, студентка

КУЛАГИНА ЕВГЕНИЯ ВИКТОРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра гостиничного дела, к.пед.н., доцент, тел. 89083163470,

8 (3812) 23-57-43,

E-mail kulagina-evgeniya@yandex.ru

КУЛИКОВА ОКСАНА МИХАЙЛОВНА

ФГБОУ ВПО «Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия», кафедра менеджмента, к.т.н., доцент

КУРБАТОВА М. А.

Поволжский государственный университет сервиса, кафедра дизайна и художественного проектирования изделий

Л

ЛАШИНА ИРИНА ВАЛЕНТИНОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», зав. кафедрой конструирования швейных изделий, профессор, к.т.н.,

E-mail: ogiskshi@mail.ru

ЛЕОНТЬЕВА ИРИНА ГЕННАДЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра стандартизации, сертификации и экспертизы качества, ст. преподаватель

М

МАЕВСКАЯ ВАЛЕНТИНА ГРИГОРЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита, доцент, тел. 8 (3812) 23-66-95

МЕДВЕДЬ ЛЮДМИЛА ВИТАЛЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, профессор, тел. 8 (3812) 24-48-36

МЕЗЕНЦЕВА ОЛЬГА

ВАРФОЛОМЕЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», зав. кафедрой туризма, д-р геогр.н., профессор, тел. 8 (3812) 24-68-82,

E-mail turizm@omgis.ru

МИШИНА СВЕТЛАНА

ВЛАДИМИРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра сервиса и технологий изделий легкой промышленности, аспирант

МУХАМЕТЖАНОВ ТИМУР ВЯЧЕСЛАВОВИЧ

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, Республика Казахстан, магистрант

МУХИЯДИНОВА МАРЖАН

АМАНДИКОВНА

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, Республика Казахстан, магистрант

Н

НЕЙМАН СВЕТЛАНА ЮЛЬЕВНА,

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», к.ф.н., доцент, зав. кафедрой иностранных языков, тел. 8 (3812) 23-65-84,

E-mail in-yaz@omgis.ru

НОВОСЕЛЬЦЕВА ТАМАРА

ВАСИЛЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского», Омский филиал, кафедра технологий промышленности, к.т.н., доцент

П

ПАНЮШКИНА ОЛЬГА

ВЛАДИМИРОВНА

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», аспирант



**ПЕРШУКЕВИЧ ГАЛИНА
ВИКТОРОВНА**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, доцент, ч.с.д., тел. 8 (3812) 24-48-36

**ПЕСЦОВА АНАСТАСИЯ
АЛЕКСЕЕВНА**

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», кафедра сервисных технологий, аспирант

ПЕЧЕНКИНА СВЕТЛАНА ЮРЬЕВНА
ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра гостиничного дела, магистрант, гр. Тм-111

ПОДЛАСОВА МАРИНА СЕРГЕЕВНА
ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра туризма, магистрант, гр. Тм-121

**ПОДШИВАЛОВА АННА
ВИКТОРОВНА**

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», к.т.н., тел. 8 (423) 2404103

ПОЛОЗ АЛЕКСАНДРА АНДРЕЕВНА
ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», магистрант

ПРЕЙС ЮЛИЯ РОБЕРТОВНА
ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет технологий и управления им. К. Г. Разумовского», Омский филиал, аспирантка

ПРОВИЛКОВА МАРИНА АЛЕКСЕЕВНА
ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, гр. Дк-71

ПРОНЧЕВА ОЛЬГА КАРПОВНА
ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра гостиничного дела, к.п.н., доцент, 8 (3812) 235743, 89609815656, E-mail proncheva@bk.ru

Р

**РЕВЗИНА НАТАЛЬЯ
ВЛАДИМИРОВНА**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра конструирования швейных изделий, аспирантка

РЕВЯКИНА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА
ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра конструирования швейных изделий, к.т.н., доцент, тел. 8 (3812) 24-09-11

РОЗАРЕНОВА Т. В.

ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Институт экономики и культуры, г. Москва

**РОССОЛОВ ДМИТРИЙ
МИХАЙЛОВИЧ**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра философии и социально-гуманитарных дисциплин, ст. преподаватель, тел. 8 (3812) 24-29-64

**РУБЦОВА КСЕНИЯ
ВЛАДИМИРОВНА**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра стандартизации, сертификации и экспертизы качества, студентка

С

САЛИХОВА ТАТЬЯНА ЮРЬЕВНА
Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова, кафедра технологии швейного производства и методики профессионального обучения, ст. преподаватель

**СВИРИДЕНКО ОЛЕСЯ
ВЯЧЕСЛАВОВНА**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра сервиса и технологий изделий легкой промышленности, к.т.н., доцент, тел. 8 (3812) 23-43-77,

E-mail stilp@omgis.ru

**СЕДОВА НАТАЛЬЯ
АЛЕКСАНДРОВНА**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра туризма, к.фил.н., доцент, тел. 8 (3812) 24-68-82, E-mail turizm@omgis.ru

СЕРГЕЕВ ЕВГЕНИЙ ДМИТРИЕВИЧ
ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра экономики и организации производства, аспирант

**СИВАКОВА ЕКАТЕРИНА
ВЛАДИМИРОВНА**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра туризма, магистрант, гр. Тм-121

СИЛАЕНКОВ АЛЕКСАНДР НИКОЛАЕВИЧ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра гостиничное дело, к.т.н., доцент, тел. 8 (3812) 23-57-43

СКАКУН ЕКАТЕРИНА ПАВЛОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра стандартизации, сертификации и экспертизы качества, студентка

**СКИРНЕВСКАЯ АЛЕКСАНДРА
АНДРЕЕВНА**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», магистрант, гр. Дсм-111

СМАГУЛОВ БОЛАТ

КУДАЙБЕРГЕНОВИЧ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра туризма, к.и.н., доцент, тел. 8 (3812) 24-68-82,

E-mail bolat_alemdar@mail.ru

СМИРНОВ МАКСИМ ЮРЬЕВИЧ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра философии и социально-гуманитарных наук, ст. преподаватель, тел. 8 (3812) 24-29-64, E-mail smirnov.m@list.ru

СМИРНОВА ОЛЬГА ВАСИЛЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра сервиса и технологий изделий легкой промышленности, доцент, тел. 8 (3812) 23-43-77, E-mail stilp@omgis.ru

СОЛОДОВНИКОВА ЮЛИЯ

РИНАТОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра туризма, ст. преподаватель, тел. 8 (3812) 24-68-82

СОСНИНА НАТАЛЬЯ ОЛЕГОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, ч.с.д., доцент, тел. 8 (3812) 24-48-36

E-mail dk@omgis.ru

СТАРОВОЙТОВА АНАСТАСИЯ

АЛЕКСАНДРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра сервиса и технологий изделий легкой промышленности, к.т.н., доцент, тел. 8 (3812) 23-43-77,

E-mail stilp@omgis.ru

СТАРОДУБЦЕВА ЕЛЕНА ИВАНОВНА

ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», аспирантка

Т

ТКАЧЕНКО ОКСАНА ВАСИЛЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра иностранных языков, студентка, тел. 8 9507432416

ТОЛМАЧЕВА ГАЛИНА ВАСИЛЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», зав. кафедрой дизайна костюма, ч.с.д., профессор,

тел. 8 (3812) 24-48-36,

E-mail galina_dk@mail.ru

ТЮМЕНЦЕВА ЕВГЕНИЯ ЮРЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра прикладной информатики и математики (секция ЕН), к.п.н., доцент, тел. 8 (3812) 23-45-26

Ф

ФАДЕЕВА ОЛЕСЯ ЮРЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита, ст. преподаватель, тел.8 (3812) 36-84-97, E-mail olfad20@mail.ru

ФИЛАТОВА ЕЛЕНА

ВЛАДИМИРОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, ч.с.д., ст. преподаватель,

тел. 8 (3812) 24-48-36, E-mail dk@omgis.ru

ФИЛИМОНОВ АЛЕКСЕЙ

АЛЕКСАНДРОВИЧ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный педагогический университет», кафедра педагогики, к.т.н., доцент

ФИЛИМОНОВ ВЯЧЕСЛАВ

АРКАДЬЕВИЧ

Омский филиал ФГБУН Института математики им. С. Л. Соболева Сибирского отделения РАН, ведущий научный сотрудник, д.т.н., профессор, E-mail: trizkin@yandex.ru

ФОМЕНКО АНАТОЛИЙ

АЛЕКСАНДРОВИЧ

ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный университет физической культуры и спорта», аспирант, E-mail: fom7@mail.ru

ФОМИНА С. П.

ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Институт экономики и культуры, г. Москва

Х

ХАРИНА ЛАРИСА ИГОРЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра экономики и организации производства, ст. преподаватель,

E-mail: flora31@inbox.ru

**ХМЕЛЬНИЦКАЯ ОЛЬГА
ВЛАДИМИРОВНА**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, гр. Дк-71

Ц

ЦАБИЙ АННА ВАЛЕРЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, тел. 8 (3812) 24-48-36

Ш

ШАЛМИНА ИРИНА ИВАНОВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра конструирования швейных изделий, профессор, к.т.н., тел. 8 (3812) 24-49-38

**ШАТАЛИН ЕВГЕНИЙ
АНАТОЛЬЕВИЧ**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра философии и социально-гуманитарных дисциплин, к.полит.н., доцент, тел. 8 (3812) 24-29-64,

E-mail: fsgd@omgis.ru

**ШАПОВАЛОВА ЕКАТЕРИНА
ЕВГЕНЬЕВНА**

ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», факультет сервиса, студентка

**ШЕВЕЛЕВА ИННА
АЛЕКСАНДРОВНА**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра дизайна костюма, ассистент, тел. 8 (3812) 24-48-36

**ШЕВЧЕНКО ВЛАДИМИР
АЛЕКСАНДРОВИЧ**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра конструирования швейных изделий, аспирант

ШЕВЧЕНКО ОЛЬГА ЮРЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра бухгалтерского учета и аудита, доцент,

E-mail: Shevchenko@bk.ru

**ШЕРОМОВА ИРИНА
АЛЕКСАНДРОВНА**

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», кафедра сервисных технологий, профессор, д.т.н., доцент, тел. 8 (423) 2404099,

E-mail: Irina.Sheromova@mail.ru

ШИРОКОВА МАРИЯ ЕВГЕНЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», магистрант

ШОКУРОВА ЮЛИЯ АНАТОЛЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра сервиса и технологий изделий легкой промышленности, магистр, тел. 8 (3812) 24-49-48

**ШТАБНОВА ВАЛЕНТИНА
ЛЕОНИДОВНА**

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра прикладной информатики и математики (секция ЕН), к.х.н., доцент, тел. 8 (3812) 23-45-26

Ю

ЮРКОВ ВИКТОР ЮРЬЕВИЧ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра конструирования швейных изделий, д.т.н., профессор, тел. 8 (3812) 24-49-38

Я

ЯНУШКЕВИЧ ЯНА ОЛЕГОВНА


ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», кафедра стандартизации, сертификации и экспертизы качества, студентка




СОДЕРЖАНИЕ



| | |
|---|-----------|
| СЕКЦИЯ 1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИЗДЕЛИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ..... | 5 |
| О. В. РЕВЯКИНА КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ МЕТОДОВ АВТОМАТИЗАЦИИ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ..... | 5 |
| И. И. ШАЛМИНА, В. А. ШЕВЧЕНКО ОБЗОР СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К ПОСТРОЕНИЮ ТРЕХМЕРНОЙ ОДЕЖДЫ...6 | 6 |
| О. Н. ДЕМЧЕНКО, А. Б. КОРОБОВА АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПОДРОСТКОВОЙ ОДЕЖДЫ В ПРОГРАММНОМ КОМПЛЕКСЕ НА ОСНОВЕ КОМБИНАТОРНЫХ ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ..... | 9 |
| А. И. БАГРИНЦЕВА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СКЛАДОК РАЗЛИЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ КАК СПОСОБА ФОРМООБРАЗОВАНИЯ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ..... | 11 |
| И. В. ЛАШИНА РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАЦИИ ФИГУР МУЖЧИН, ЗАНИМАЮЩИХСЯ БОДИБИЛДИНГОМ..... | 13 |
| Е. А. БАЛАНДИНА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНСТРУКЦИЙ ЖЕНСКОЙ ПЛЕЧЕВОЙ ОДЕЖДЫ ИЗ ТРИКОТАЖНОГО ПОЛОТНА..... | 15 |
| М. А. ИВАЩЕНКО, А. Б. КОРОБОВА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СКЕЛЕТНОЙ АНИМАЦИИ ПРИ ПОСТРОЕНИИ 3D-МАНЕКЕНА В ПРОЦЕССЕ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ВИРТУАЛЬНОЙ ПРИМЕРКИ..... | 16 |
| Т. Ю. КАРГАПОЛОВА ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕПЛОВОГО СОПРОТИВЛЕНИЯ ПАКЕТОВ ПЕРОПУХОВОЙ ОДЕЖДЫ..... | 18 |
| И. А. ШЕРОМОВА, А. А. ПЕСЦОВА АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ ДЛЯ БЕРЕМЕННЫХ ЖЕНЩИН..... | 20 |
| Е. Е. ШАПОВАЛОВА, Е. И. СТАРОДУБЦЕВА, А. С. ЕРМАКОВ ТРЕБОВАНИЯ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ СЦЕНИЧЕСКОГО КОСТЮМА ДЛЯ АНИМАЦИОННОГО СЕРВИСА..... | 21 |
| О. Б. ГАВЛИЦКАЯ, Т. Ф. ДАНЦОВА ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭРГОНОМИЧЕСКОГО СООТВЕТСТВИЯ СИСТЕМЫ «ЧЕЛОВЕК – ТРАНСПОРТНОЕ СРЕДСТВО» ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ЗАНЯТИЙ МОТОСПОРТОМ..... | 25 |
| Е. В. БОГОДУХОВА ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ С УЧТОМ БИОСОЦИАЛЬНЫХ ПРИЗНАКОВ ЧЕЛОВЕКА..... | 28 |
| СЕКЦИЯ 2. ИНДУСТРИЯ МОДЫ И КРАСОТЫ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ..... | 31 |
| Г. М. АНДРОСОВА, О. В. СВИРИДЕНКО, Ю. Р. ПРЕЙС РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАЦИИ ПОРОКОВ ОВЧИННО-ШУБНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СЛОЖНОСТИ КОНТУРА..... | 31 |
| Г. М. АНДРОСОВА, О. В. СВИРИДЕНКО, С. В. МИШИНА ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ | |

| | | |
|--|----|-----------|
|  | | |
| ОВЧИННО-ШУБНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ | 33 | |
| А. А. СТАРОВОЙТОВА, Л. Н. БОДРЯКОВА, Н. И. КОВАЛЕВА | | |
| АНАЛИЗ СВОЙСТВ ПУШНО-МЕХОВОГО ПОЛУФАБРИКАТА, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ РЕЖИМЫ ПОДГОТОВИТЕЛЬНОГО ЭТАПА СКОРНЯЖНОГО ПРОИЗВОДСТВА..... | 35 | |
| О. В. СМИРНОВА, Л. Н. БОДРЯКОВА | | |
| РАЗРАБОТКА КЛЕЕВОЙ ТЕХНОЛОГИИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ТРИКОТАЖНОГО ПОЛОТНА И ИСКУССТВЕННОГО МЕХА..... | 37 | |
| В. В. ЗУЕВА, Т. Ю. САЛИХОВА | | |
| ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СВЕЯЩИХСЯ МАТЕРИАЛОВ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА..... | 39 | |
| Т. Н. АРХИПОВА | | |
| ГИБКИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ СИСТЕМЫ – ПЕРСПЕКТИВА ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ МОДЫ..... | 40 | |
| СЕКЦИЯ 3. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ И УСЛУГ..... | | 44 |
| Е. Ю. ДОЛГОВА | | |
| АНАЛИЗ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ОДЕЖДЫ НА ОМСКОМ РЫНКЕ..... | 44 | |
| Т. М. ИВАНЦОВА, Я. О. ЯНУШКЕВИЧ, А. В. КУЗНЕЦОВА, Е. П. СКАКУН, К. В. РУБЦОВА | | |
| РАЗРАБОТКА И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ СВОЙСТВ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ РАЗЛИЧНОГО НАЗНАЧЕНИЯ..... | 46 | |
| Т. В. НОВОСЕЛЬЦЕВА | | |
| СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОДЕЖДЫ НА ОСНОВЕ ОПТИМИЗАЦИОННОГО ПОДХОДА К Е ^с ПРОЕКТИРОВАНИЮ..... | 47 | |
| Е. Ю. ТЮМЕНЦЕВА, В. Л. ШТАБНОВА | | |
| К ВОПРОСУ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ УСЛУГ..... | 49 | |
| Л. М. БОЛДЫРЕВА | | |
| ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЖЕНСКИХ БРЮК ПЛОТНОГО ОБЛЕГАНИЯ С УЧЕТОМ СВОЙСТВ ТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ..... | 51 | |
| И. Г. ЛЕОНТЬЕВА | | |
| К ВОПРОСУ О КАЧЕСТВЕ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ..... | 54 | |
| В. Ю. ЮРКОВ, Н. В. РЕВЗИНА | | |
| РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ..... | 55 | |
| О. А. ДРЕМЛЮГА, И. А. ШЕРОМОВА | | |
| РОЛЬ CALS-ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ШВЕЙНОМ ПРЕДПРИЯТИИ..... | 58 | |
| Д. Ш. ЕРУБАЕВА | | |
| СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПРАКТИКА ТЕХНИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ...60 | 60 | |
| Б. К. ДЖАЗЫКБАЕВА | | |
| ПОРЯДОК СОЗДАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА..... | 62 | |
| К. С. КАКЕНОВ, Ж. К. АУЕЗ | | |
| СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН..... | 65 | |
| Г. А. ЕСЕНБАЕВА, И. Е. ЖАКИШЕВА | | |
| ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОМПАНИЙ..... | 67 | |

| | |
|---|-----------|
|  | |
| К. С. КАКЕНОВ, Т. В. МУХАМЕТЖАНОВ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ..... | 70 |
| К. С. КАКЕНОВ, Ж. Ж. ЖАР ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ХРАНЕНИЯ И УПАКОВКИ ПРОДУКЦИИ..... | 74 |
| Г. А. ЕСЕНБАЕВА, М. А. МУХИЯДИНОВА РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОДТВЕРЖДЕНИЯ СООТВЕТСТВИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН В УСЛОВИЯХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА..... | 77 |
| А. Б. АХМЕТОВА ВЛИЯНИЕ ГЕННОЙ ИНЖЕНЕРИИ НА БЕЗОПАСНОСТЬ ТОВАРОВ..... | 80 |
| Г. А. ЕСЕНБАЕВА, К.С. КАКЕНОВ РОЛЬ МОДУЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ..... | 83 |
| СЕКЦИЯ 4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СФЕРЕ СЕРВИСА..... | 86 |
| А. А. ФИЛИМОНОВ, В. А. ФИЛИМОНОВ КОНЦЕПЦИЯ СИСТЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ НЕРУТИННОГО МЫШЛЕНИЯ: ПРОЕКТ «ЭФФЕКТИВНЫЙ УРОК-2013»..... | 86 |
| О. М. КУЛИКОВА АЛГОРИТМ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ ОПТИМАЛЬНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИМУЛЯТОРОВ..... | 88 |
| Л. А. КОРОЛЕВА, А. В. ПОДШИВАЛОВА, О. В. ПАНЮШКИНА, А. А. ПОЛОЗ, М. Е. ШИРОКОВА О ПРОБЛЕМЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ЗНАНИЙ ПРОБЛЕМНОЙ ОБЛАСТИ «ТЕХНОЛОГИЯ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ»..... | 90 |
| А. А. ФОМЕНКО, В. А. ФИЛИМОНОВ КОНЦЕПЦИЯ ТВОРЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ОТКЛИК ТЕНИ» ПРИ РЕФЛЕКСИВНОМ ТЕАТРЕ СИТУАЦИОННОГО ЦЕНТРА..... | 93 |
| СЕКЦИЯ 5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРОИЗВОДСТВА И ДИЗАЙНА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ..... | 97 |
| А. А. СКИРНЕВСКАЯ, Н. В. АЛГАЗИНА ПОМОЩЬ «ЗЕЛЕННОГО» БРЕНДА..... | 97 |
| Г. В. ТОЛМАЧЕВА, М. А. ПРОВИЛКОВА, О. В. ХМЕЛЬНИЦКАЯ ТВОРЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ..... | 99 |
| Л. В. МЕДВЕДЬ ОСОБЕННОСТИ ИМИДЖ-КОНСАЛТИНГА В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ..... | 102 |
| Ю. Л. ГЕРАСИМОВА ВЛИЯНИЕ СТИЛЕВЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА МОДНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ..... | 105 |
| Э. В. ВАСИЛЬЕВА ПОЛИКУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И МОДА..... | 106 |
| Н. О. СОСНИНА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИЕМОВ МАКЕТИРОВАНИЯ КОСТЮМА В РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО ЗАМЫСЛА..... | 108 |
| Г. И. ДРОЗДОВА ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ НОВЫХ ФОРМ И ФАКТУР В СОВРЕМЕННЫХ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЯХ..... | 110 |

| | |
|---|------------|
| — + — + — + — + — + — + — + — + — + — | |
| О. М. БУСЫГИНА | |
| РЕАЛИЗАЦИЯ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА В ДИПЛОМНОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО СПЕЦИАЛИСТА..... | 113 |
| Г. В. ДЕГТЯРЕВА | |
| ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА НА РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ..... | 115 |
| С. Б. КАТАЕВА | |
| МЕТОД ЧАСТИЧНОГО ВЯЗАНИЯ – ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ПРИЕМ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА..... | 116 |
| Е. В. ФИЛАТОВА | |
| БИОНИЧЕСКИЙ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ..... | 118 |
| Е. В. АЗИЕВА | |
| АВТОРСКИЕ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ОБУЧЕНИЯ..... | 120 |
| Г. В. ПЕРШУКЕВИЧ | |
| РАЗВИТИЕ СТИЛЕВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ МОДЕ..... | 123 |
| Л. А. КЛЕВАКИНА | |
| ПРИЕМЫ ДЕКОРАТИВНОГО ОФОРМЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ КОСТЮМЕ..... | 125 |
| А. В. ДОННИКОВ, Т. В. РОЗАРЕНОВА, С. П. ФОМИНА | |
| ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ ДИЗАЙНА КОСТЮМА..... | 127 |
| М. А. КУРБАТОВА, Т. В. БЕЛЬКО | |
| ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ..... | 128 |
| П. Е. АБРАМОВ | |
| ОСНОВНЫЕ ВИДЫ И ОБЛАСТИ ДИЗАЙНЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ..... | 130 |
| И. А. ШЕВЕЛЕВА | |
| ИЗМЕНЕНИЕ ОБЪЕМНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ФОРМЫ ПАКЕТА ОДЕЖДЫ С ОБЪЕМНЫМ НЕТКАНЫМ УТЕПЛИТЕЛЕМ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОСТЕГИВАНИЯ..... | 132 |
| Г. М. ИСАБАЕВА | |
| ТРЕБОВАНИЯ ДИЗАЙНА И ЭРГОНОМИКИ К КАЧЕСТВУ ПРОДУКЦИИ..... | 133 |
| А. В. ЦАБИЙ, Ю. Л. ГЕРАСИМОВА | |
| ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ В ИНДУСТРИИ МОДЫ НАЧАЛА XX ВВ..... | 134 |
| | |
| СЕКЦИЯ 6. ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СФЕРЫ УСЛУГ..... | 136 |
| Н. М. КАЛИНИНА | |
| ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ..... | 136 |
| Г. А. ДРЕМИНА | |
| ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДПОСЫЛКИ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ..... | 137 |
| Л. И. ХАРИНА | |
| ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ОДЕЖДЫ..... | 140 |
| О. Ю. ШЕВЧЕНКО | |
| ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА..... | 142 |
| О. Ю. ФАДЕЕВА | |
| ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В СФЕРЕ СЕРВИСА..... | 144 |
| А. В. КИРИЧЕНКО | |
| ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА..... | 146 |

— + — + — + — + — + — + — + — + — + —

| | |
|---|------------|
| В. Г. МАЕВСКАЯ ОСОБЕННОСТИ СОСТАВЛЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МАЛОГО БИЗНЕСА С 2013 ГОДА..... | 149 |
| Е. А. БАЛАШОВА ПРОБЛЕМА НАЛОГОВОГО УЧЕТА РАСХОДОВ НА СОТОВУЮ СВЯЗЬ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ СЕРВИСА..... | 151 |
| Н. Ю. КАУФМАН УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ...153 | |
| Е. Д. СЕРГЕЕВ ЭТАПЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ФАКТОРИНГОВЫХ УСЛУГ В РОССИИ..... | 156 |
| СЕКЦИЯ 7. ИНФОРМАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА..... | 160 |
| О. В. МЕЗЕНЦЕВА, И. В. КАРНАЦЕВИЧ ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТНЫХ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ ТЕРРИТОРИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТЕОРОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ..... | 160 |
| С. Ю. ПЕЧЕНКИНА, Е. В. КУЛАГИНА МОДЕЛЬ КАЧЕСТВА СЕРВИСА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ПРИЕМ УЧАСТНИКОВ ДЕЛОВЫХ ТУРОВ..... | 163 |
| М. С. ПОДЛАСОВА, И. Е. КАРАСЪВ ОТРАЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МАЛЫХ ГОРОДОВ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ П.Г.Т. БОЛЬШЕРЕЧЬЕ)..... | 165 |
| Е. В. СИВАКОВА, О. В. МЕЗЕНЦЕВА ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ СУЩЕСТВУЮЩИХ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ТИПА..... | 167 |
| И. Д. БЕККЕР АССОЦИАЦИЯ «ТУРПОМОЩЬ» – ИНФОРМАЦИОННАЯ И ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА ТУРИСТОВ..... | 168 |
| Ю. Р. СОЛОДОВНИКОВА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ.... | 170 |
| Ю. Р. СОЛОДОВНИКОВА АНАЛИЗ ПРОФЕССИИ ЭКСКУРСОВОДА В ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ..... | 171 |
| И. Е. КАРАСЪВ, Б. К. СМАГУЛОВ ВИРТУАЛЬНАЯ ЭКСКУРСИЯ В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ..... | 174 |
| И. Е. КАРАСЪВ, Б. К. СМАГУЛОВ КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРИСТСКИХ СТАНДАРТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ..... | 175 |
| Н. А. СЕДОВА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ПРОЕКТОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ ЭКСКУРСОВОДОВ..... | 177 |
| М. Т. АГЕДИЛОВА, Б. Н. КАРИМОВА, Б. Д. ЖУМАКАЕВА ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН..... | 179 |
| С. К. ЕРЖАНОВА ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РК..... | 181 |
| М. А. ГРИЦАЙ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ..... | 184 |
| О. И. КЛЕПЦОВА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ CRM-СИСТЕМЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО | |

Содержание

| | |
|---|------------|
| И ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ..... | 186 |
| Е. В. КУЛАГИНА ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИК СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»..... | 187 |
| О. К. ПРОНЧЕВА КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ: ОПЫТ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН..... | 189 |
| А. Н. СИЛАЕНКОВ ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ..... | 191 |
| СЕКЦИЯ 8. ГУМАНИТАРНЫЕ ВОПРОСЫ СЕРВИСА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ..... | 193 |
| Ю. А. КИЛИС ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА РУССКИЙ ЯЗЫК..... | 193 |
| Е. А. ШАТАЛИН ИЗМЕНЕНИЯ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ О ТУРИЗМЕ И ПРОБЛЕМЫ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ..... | 195 |
| С. А. КАЦИЕЛЬ ВЫЗОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА И СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ..... | 196 |
| М. Ю. СМИРНОВ РОЛЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАБОТНИКА СЕРВИСА..... | 198 |
| А. А. ДЕНИСОВ СТАРЧЕСТВО КАК НРАВСТВЕННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИДЕАЛ В ЭКОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ..... | 200 |
| Д. М. РОССОЛОВ ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВУЗОВСКОГО ОБУЧЕНИЯ В СИСТЕМЕ ОТКРЫТОГО ОБРАЗОВАНИЯ..... | 203 |
| Н. Н. ФИЛАТОВА, С. Г. ДАЛЬКЕ ФОРМИРОВАНИЕ ЛЕКСИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТА АКТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ДИЗАЙН»..... | 205 |
| С. Г. ДАЛЬКЕ, Н. Н. ФИЛАТОВА РОЛЬ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ..... | 207 |
| И. Ю. КОЖЕВНИКОВА ЭТНОПЕДАГОГИКА В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ИНДУСТРИИ СЕРВИСА.... | 210 |
| С. Ю. НЕЙМАН ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ..... | 212 |
| С. Ю. НЕЙМАН, О. В. ТКАЧЕНКО КОНЦЕПЦИЯ ПРАЗДНОВАНИЯ ДНЯ РУССКОГО ЯЗЫКА В ОГИС..... | 214 |
| АЛФАВИТНО-ИМЕННОЙ УКАЗАТЕЛЬ..... | 219 |
| СОДЕРЖАНИЕ..... | 226 |

Научное издание

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СФЕРЫ УСЛУГ

V Международный фестиваль искусства и дизайна
«Формула моды: Восток-Запад»

Научно-практическая конференция

(Омск, 3-4 апреля 2013 года)

Материалы конференции

Под общей редакцией ректора Д. П. Маевского

Редакторы : *М. Е. Жумабаева*
Л. Г. Сигитова
А. С. Афонасьева
А. Ю. Леонтьева

Компьютерная верстка : *В. Ю. Тарасова*

Подписано в печать 16.10.2013. Формат 60x84 1/8.
Бумага типограф. Оперативный способ печати.
Усл. печ. л. 29,0. Уч.-изд. л. 25,68. Тираж 80 экз.
Изд. № 244. Заказ № 100. Цена договорная

Издательство учебной, научной литературы
и учебно-методических пособий ОГИС
644043, г. Омск, ул. Красногвардейская, 9
Тел.: (3812) 23-28-69