

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
Учреждение образования  
«Витебский государственный технологический университет»

**БЕЛОРУССКИЙ ЯЗЫК (СПЕЦИАЛЬНАЯ ЛЕКСИКА)**

**Материалы для перевода  
с русского языка на белорусский**

Витебск  
2017

УДК 81'25:811.611.3(075.8)

Составитель:

С. В. Лебедева

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом УО «ВГТУ», протокол № 7 от 27.10.2017.

**Белорусский язык (специальная лексика):** материалы для перевода с русского языка на белорусский / сост. С. В. Лебедева. – Витебск : УО «ВГТУ», 2017. – 48 с.

Методическая разработка содержит фактический текстовый материал, позволяющий, при переводе с русского языка на белорусский, систематизировать и углублять знания по современному белорусскому языку, осваивать терминологическую лексику по выбранной специальности.

Задания на развитие речи призваны решать вопросы формирования полноценной языковой личности, способной правильно говорить, логически и точно мыслить и оптимально выразить готовые мысли в языковой форме в условиях межкультурной коммуникации.

Материалы составлены с учетом специальностей вуза.

УДК 81'25:811.611.3(075.8)

© УО «ВГТУ», 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	4
1 Социально-психологическая составляющая компетенции специалиста .....	5
2 Инженерно-технический профиль .....	8
3 Экономический профиль .....	24
4 Художественный профиль .....	36
5 Задания на развитие речи .....	42
Литература .....	47

## ВВЕДЕНИЕ

Данные материалы для перевода с русского языка на белорусский являются собой фактический материал к практическим занятиям по дисциплине «Белорусская мова (прафесійная лексіка)».

Перевод, являясь одним из компонентов интегрированного процесса обучения языкам, занимает довольно значимое место в системе овладения языковым материалом. Перевод с русского языка на белорусский – вид лингвистической деятельности, который требует не только знания лексики двух языков, но и чувства звучания и уместности использования ресурсов речи в данном контексте.

Содержание данной работы направлено на систематизацию знаний о специальной лексике и лексико-грамматической структуре терминов, на выработку умения адекватно оценивать языковые средства и целесообразно использовать их в зависимости от содержания и цели высказывания, ситуации и сферы общения.

Задания на развитие речи призваны обогатить и усложнить словарный запас обучающихся и направлены на усиление коммуникативных свойств речи.

Предлагаемые материалы имеют четко выраженную тематическую направленность, подобраны с учетом специальностей вуза.

# 1 СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОМПЕТЕНЦИИ СПЕЦИАЛИСТА

\* \* \* \* \*

Деятельность современного руководителя протекает в сложных, противоречивых, быстро меняющихся условиях. Высокий темп жизни и работы, необходимость принятия важных управленческих решений в условиях дефицита информации, наличие кризисных ситуаций различной природы – эти и многие другие факторы предъявляют повышенные требования к личностным и профессиональным характеристикам руководителей различных организационных звеньев, набору их компетенций, управленческим и рабочим навыкам.

В настоящее время совокупный объем профессиональной, управленческой и деловой информации увеличивается стремительными темпами, свою актуальность теряют отдельные знания и умения, руководитель порой не готов к решению управленческих задач. В связи с этим он должен оперативно овладевать необходимым инструментарием управления коллективом, развивать в себе необходимые знания, которые позволят ему четко ориентироваться в информационных потоках, отбирать нужные данные с позиции их практической значимости, систематизировать и принимать грамотные и своевременные решения для успешного выхода из возникающих рабочих ситуаций [8, с. 3].

## Авторитет руководителя

Говоря о руководителе в беседе между собой, сотрудники, как правило, используют яркие метафорические термины, предпочитая их традиционному и официально принятому имени-отчеству. Приходя в незнакомую организацию, из уст подчиненных можно услышать различные определения, даваемые ими руководителю. Эти определения отражают не только отношение подчиненных к руководителю. Они также показывают особенности его позиционирования в системе неформальных внутриорганизационных связей, дают достаточно четкое представление о том, насколько авторитетным он является в коллективе возглавляемого им предприятия или структурного подразделения.

Слово «авторитет» применительно к организационно-управленческой практике может рассматриваться в нескольких значениях.

1. Признание сотрудниками достоинств, преимуществ, способностей руководителя. Условно можно выделить два механизма или фактора, лежащих в основе этого психологического феномена:

- наличие у человека профессиональных, деловых заслуг, а также определенных личностных качеств;
- престижность социальной управленческой роли (должностной позиции), занимаемой руководителем.

2. Лицо, пользующееся признанием и влиянием в своей социальной, профессиональной среде. В данном случае в качестве синонима можно использо-

вать слово «репутация». Авторитет завоевывается долгое время, порой годами, а потерять его можно очень быстро, практически в одночасье – неправильным действием, фатальной ошибкой, глупым «стечением обстоятельств» [8, с. 77 – 78].

### **Корпоративный язык как отражение организационных ценностей и эффективный управленческий инструмент**

Язык, являясь средством деловой коммуникации, выступает важным показателем положения дел на предприятии, состояния организационно-управленческой среды, индикатором текущего этапа его развития. Кроме этого корпоративный язык сотрудников компании в определенной степени демонстрирует уровень их приверженности своему предприятию.

Корпоративный язык возникает с момента рождения организации и развивается вместе с ней. Он является одним из элементов организационной культуры, в котором находят отражение цели, нормы, правила, принципы, ценности и смыслы компании. Корпоративный метаязык изначально формируется, исходя из речевых паттернов людей, стоящих у его истоков – учредителей, первых руководителей и сотрудников молодого предприятия. Они являются носителями языковых шаблонов, которые, как мозаика, складываются в общую картину организационного языка.

Приходя на предприятие, новый сотрудник вместе с корпоративными стандартами, касающимися различных сторон его жизнедеятельности (распорядок дня, трудовая дисциплина, форма одежды и т. д.), должен освоить язык своей компании. Это очень важный момент позиционирования компании в деловой среде, так как вербальный имидж ее представителя формирует впечатление в целом об организации, сотрудником которой он является.

Помимо организационного метаязыка, который характерен для всех руководителей и сотрудников, на предприятии складываются и существуют языки, на которых разговаривают специалисты различных структурных подразделений. Наиболее ярко выделяющимися языками с точки зрения специфичности употребляемой лексики являются языки сотрудников отделов программного обеспечения и логистики. Нередко этот феномен является причиной как непониманий и различного рода конфликтных ситуаций на межличностном уровне, так и неоптимальных, неэффективных коммуникаций между структурными подразделениями компании.

Грамотно выстроенное языковое организационное пространство позволяет руководителю эффективно решать деловые, мотивационные, управленческие и иные задачи [8, с. 154 – 156].

\* \* \* \* \*

Основными векторами деятельности руководителя, образующими систему координат, в которых он реализует свои функции, являются:

1) аналитика и информационное обеспечение (поиск, накопление и обработка данных о внешней среде и организации, использование статистических методов);

2) целеполагание и планирование (построение оперативных планов, разработка долгосрочных программ, бюджетов и т. п.);

3) координация деятельности организации (построение организационного дизайна, принятие решений, постановка задач и делегирование полномочий исполнителям, организация процесса взаимодействия и согласования);

4) контроль (осуществление учета движения ресурсов, в том числе информационных, контроль исполнения принятых решений, оценка выполнения поставленных задач и т. п.);

5) бухгалтерский и управленческий учет (документы, отчетность, расчеты и т. п.);

6) управление персоналом (планирование кадрового качественно-количественного состава, профессиональный психологический отбор сотрудников, адаптация, обучение, профессиональный рост и личностное развитие, мотивация, учет, оценка эффективности деятельности и аттестация, планирование карьеры и др.);

7) управление социально-психологическими процессами и явлениями в организации (симпатии и антипатии, соперничество и внутренняя конкуренция, конфликтные ситуации, конформизм, слухи, игнорирование, саботаж и др.);

8) поддержание в работоспособном состоянии оборудования и помещений (охрана, уборка, ремонтные и хозяйственные работы);

9) безопасность и защита организации [8, с. 222].

\* \* \* \* \*

Среди психологических проблем на сегодняшний день наиболее актуальными для организации являются:

– повышение профессиональной компетентности руководителей всех уровней, совершенствование стилей управления, межличностного общения, принятия управленческих и бизнес-решений, стратегического планирования и маркетинга, преодоления стрессов и др.;

– управление организационными динамическими процессами и явлениями;

– поиск и активизация человеческих ресурсов организации;

– повышение эффективности методов подготовки рядового и управленческого персонала;

– оценка и улучшение социально-психологического климата, сплочение персонала вокруг целей организации, создание корпоративной культуры [8, с. 11].

## 2 ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ

\* \* \* \* \*

Мехатроника – это сравнительно новая область науки и техники, посвященная созданию, исследованию и эксплуатации машин и систем с компьютерным управлением движения, которая базируется на знаниях в области механики, электроники и микропроцессорной техники, информатики и компьютерного управления движением и процессом в машинах и аппаратах. Бурное развитие этой области науки и техники вызвано возросшими требованиями рынка к потребительским свойствам и качеству продукции современного машиностроения. К таким требованиям следует отнести:

- сверхвысокие точности движения для реализации прецизионных технологий;
- сверхвысокие скорости движения рабочих органов в технологических процессах;
- высокие требования перемещения рабочих органов по сложным контурам и поверхностям;
- способность системы к реконфигурации в зависимости от конкретных задач и операций;
- высокая надежность и безопасность функционирования;
- интеллектуальность в поведении машин и аппаратов.

Все эти требования в полной мере относятся к тем, которые неразрывно связаны с созданием и функционированием новых машин и аппаратов и могут обеспечить их конкурентоспособность на мировом рынке [1, с. 153 – 154].

\* \* \* \* \*

Различные производственные процессы в зависимости от специфики выпускаемых изделий, помимо универсальных средств производства – совокупности предметов и средств труда – оснащаются специфическими технологическими машинами и оборудованием. Направление модернизации оборудования естественно должно учитывать возможность повышения качества, производительности, но одновременно – экономическую эффективность такой модернизации.

В легкой промышленности основными производствами являются: швейное, кожевенное, обувное, искусственной кожи и полимерно-пленочных материалов, текстильное. К изделиям этой отрасли предъявляются повышенные физиологические и эстетические требования, так как они имеют непосредственный контакт с телом человека, а также способствуют созданию гармоничности его образа.

Кожевенное производство имеет ряд специфических особенностей, затрудняющих автоматизацию технологических процессов: неоднородность перерабатываемого сырья, повышенная химическая активность рабочей среды, большие размеры и массы объектов обработки и др. В этой области, как и в



производстве искусственной кожи, автоматизация направлена на создание безлюдных технологий, включающих разработки в области химических растворов и технологий, устраняющих их неблагоприятное воздействие на экологию.

Изделия швейного и обувного производств характеризуются большим разнообразием технологических процессов, многооперационностью изготовления изделий, необходимостью соответствовать изменениям моды и сезонным требованиям, сложностью конфигураций контуров, поверхностей и форм изделий и т. д. Это определяет особенности технологического оборудования: большое число типоразмеров, машин, многоинструментальность, разнообразие типов приводов, широкое применение материалов малой жесткости, наличие гибких ниток.

Текстильное производство – одна из наиболее крупных отраслей легкой промышленности, вырабатывающее из различных видов растительного, животного, химического волокна ткани, трикотаж и другие изделия. Применяется большое разнообразие машин и аппаратов – ткацкие станки, машины и агрегаты для производства трикотажных изделий, нетканых материалов, оснащенных электронными системами управления, электромагнитными и пьезоэлектрическими системами привода и др. [1, с. 161 – 162].

\* \* \* \* \*

Сигналом называют физический процесс, несущий информацию. Сигналы могут быть звуковыми, световыми, электрическими. Информация сосредоточена в изменениях параметров физического процесса. Если параметры процесса не меняются, то он не является сигналом. Так, неизменные звук, световой поток, синусоидальное электрическое колебание никакого сообщения не содержат. Наоборот, в изменениях громкости и тона звука, яркости и цвета светового излучения, амплитуды, частоты и фазы электрического колебания запечатлена информация. Информативным является также появление или окончание, например, электрического колебания, то есть его изменения.

Сигналы на выходе микрофона, передающей телекамеры, различного рода датчиков аналогичны по своему «рисунку» воздействиям на эти устройства – звуковому давлению, распределению освещенности, температуре и т. д. Поэтому подобные сигналы называют аналоговыми. Между минимальным и максимальным значениями аналоговый сигнал может иметь любое значение. Обычно аналоговые сигналы являются непрерывными. Устройства, в которых действуют такие сигналы, называют аналоговыми.

Расстояние, на которое передается электрический сигнал, может быть как весьма малым (в пределах устройства), так и чрезвычайно большим (например, при исследовании космического пространства).

Скорость распространения электрических сигналов близка скорости света, что и обусловило их широкое применение в различных областях техники [1, с. 96].

\* \* \* \* \*

Историю цивилизации можно представить как непрерывный процесс развития отношений, связанных с созданием, распределением и потреблением ресурсов. Характер используемых ресурсов на протяжении веков неоднократно менялся, менялись также политические, экономические, правовые, религиозные, философские и многие другие системы общественных отношений. Обмен ресурсами является одной из основ общественного развития точно так же, как в основе движения материи лежит энергетический обмен, а в основе развития живой природы лежат процессы обмена веществ.

Традиционной для двадцатого века стала характеристика общества развитых государств как *индустриального*, она напрямую связана с определяющей ролью промышленных и энергетических ресурсов в материальной составляющей общественных процессов. Вступая в двадцать первый век, человечество открывает новый этап развития – *информационный*. Для него характерна доминирующая роль информационных ресурсов.

В информатизированном обществе политические, правовые, экономические и прочие отношения будут радикально меняться. Например, в области политических отношений мы наблюдаем значительное усиление роли средств массовой информации, в первую очередь электронных. Именно с этим связано, в частности, появление такого понятия, как *политические технологии*. Одним из ярких проявлений изменяющегося характера экономических коммерческих отношений в обществе стала бурно развивающаяся *электронная коммерция*. В экономических производственных отношениях процесс информатизации происходит в форме внедрения *гибких автоматизированных систем* проектирования и производства продукции.

В правовой системе на повестке дня стоит создание нормативно-правовой базы, регулирующей вопросы электронной коммерции, функционирование электронных платежных систем, принципы налогообложения сделок, заключаемых в электронной форме, и множество других взаимосвязанных вопросов и проблем [4, с. 8 – 9].

\* \* \* \* \*

Жизнь – это тоже явление природы, хотя до сих пор и малоизученное. Одной из характерных особенностей организмов живой природы является происходящий в них непрерывный обмен веществ. Этот обмен также имеет энергетическую природу и происходит на уровне клеток и их структурных элементов. При прекращении обмена веществ прекращаются и жизненные процессы. Человек, с одной стороны, это обычный *материальный объект*, и потому ему свойственно непрерывное энергетическое взаимодействие с другими объектами материального мира. В то же время он является *организмом живой природы* и в этом качестве обладает непрерывным внутренним обменом веществ. Эти два процесса могут взаимодействовать между собой. Результат такого взаимодей-

ствия мы воспринимаем как *информационный обмен* между живой и неживой природой [4, с. 11 – 12].

\* \* \* \* \*

*Мультимедиа* – понятие комплексное. С одной стороны, оно подразумевает обычный тип документов, а с другой стороны – особый класс программного и аппаратного обеспечения. *Мультимедийные документы* отличаются от обычных тем, что кроме традиционных текстовых и графических данных могут содержать звуковые и музыкальные объекты, анимированную графику (мультипликацию), видеофрагменты. *Мультимедийное программное обеспечение* – это программные средства, предназначенные для создания и/или воспроизведения мультимедийных документов и объектов. *Мультимедийное аппаратное обеспечение* – это оборудование, необходимое для создания, хранения и воспроизведения мультимедийных программ и документов. Исторически к нему относятся звуковая карта, дисковод CD-ROM и звуковые колонки. Эту группу оборудования называют также *базовым мультимедийным комплектом*.

В последние годы класс аппаратных средств мультимедиа бурно развивается. Так, в него вошли устройства для обработки телевизионных сигналов и воспроизведения телепрограмм (ТВ-тюнеры), аппаратные средства для обработки сжатой видеoinформации (MPEG-декодеры), дисководы для воспроизведения цифровых видеодисков (DVD), оборудование для записи компакт-дисков типа CD-R и CD-RW и многое другое [4, с. 195].

\* \* \* \* \*

Кроме средств активного воздействия на удаленный компьютер существуют и средства пассивного наблюдения за деятельностью участников Сети. Они используются рекламно-маркетинговыми службами. Приведем пример.

При посещении почти любых Web-страниц нам на глаза попадают рекламные объявления (их называют *баннерами*). При их приеме наш браузер устанавливает связь с их владельцем (с рекламной системой) и незаметно для нас регистрируется в этой системе. Мы можем не обращать внимания на эту рекламу и никогда ею не пользоваться, но, переходя от одной Web-страницы к другой, мы создаем свой психологический портрет (он называется *профилем*). По характеру посещаемых Web-узлов и Web-страниц удаленная служба способна определить пол, возраст, уровень образования, род занятий, круг интересов, уровень благосостояния и даже характер заболеваний лица, которое никогда к ней не обращалось. Достаточно хотя бы один раз зарегистрироваться под своим именем и фамилией, и ранее собранные абстрактные сведения приобретают вполне конкретный характер – так образуются негласные персональные базы данных на участников работы в Сети.

Сопоставляя данные по разным людям или по одним и тем же людям, но полученные в разное время, следящие системы получают профили не только на

отдельных лиц, но и на коллективы: семьи, рабочие группы, предприятия. Полученные данные могут использоваться как легально, так и нелегально [4, с. 253 – 254].

## Понятие информационной технологии

Под информационной технологией понимают совокупность методов, производственных и программно-технологических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации. Информационные технологии предназначены для снижения трудоемкости процессов использования информационных ресурсов.

*Компьютерные информационные технологии* подразумевают использование средств вычислительной техники и сетевых технологий для реализации широкого круга задач:

- подготовка текстовых документов;
- создание банков данных, их обработка и использование;
- автоматизация финансовых и научных расчетов;
- верстка книг, газет, журналов;
- создание и редактирование графических и фотоизображений;
- создание мультфильмов;
- создание электронных энциклопедий и электронных версий других книг;
- создание и компьютерная обработка звука;
- создание и компьютерная обработка телевизионных и видеопроизведений;
- создание и использование телекоммуникационных компьютерных сетей;
- компьютерное проектирование различных механизмов, архитектурных строений, создание географических карт и др.;
- моделирование природных, технических и других процессов [6, с. 6].

\* \* \* \* \*

**Информация** – это набор сведений о свойствах объекта или процесса, усваиваемые субъектом в форме знаний.

Всю информацию, которой пользуется человек, можно разделить на следующие виды:

– *Математическая* – это любая информация, связанная с числами и формулами, это может быть, кроме собственно математической, и физическая, и статистическая информация. Математическую информацию можно обрабатывать при помощи различных счетных машин и аппаратов и хранить на бумаге в виде записей и книг.

– *Текстовая* – эту информацию можно записывать на бумагу от руки или при помощи печатных машинок и типографского оборудования и хранить на бумаге (рукописи, документы, книги, газеты и т. д.).

– *Графическая* – эту информацию можно обрабатывать при помощи различных изобразительных средств и способов (изобразительное искусство, фотография) и хранить в виде картин, рисунков, скульптур, фотокарточек и т. д.

– *Звуковая* – эту информацию можно обрабатывать при помощи магнитофонной записи и хранить на магнитных лентах, пластинках и звуковых компакт-дисках.

– *Видеоинформация* – эту информацию можно обрабатывать при помощи кино- и видеотехники и хранить на киноплёнке и видеокассетах.

Все эти виды информации существовали еще до появления компьютера. Современный персональный компьютер позволил обрабатывать все эти виды информации и значительно облегчил их совместное использование [6, с. 7].

\* \* \* \* \*

Безопасность эксплуатации оборудования и создание здоровых условий труда на предприятиях зависят в основном от следующих факторов: 1) выбора способа производства; 2) особенности технологических процессов; 3) характера размещения оборудования; 4) наличия средств механизации и автоматизации; 5) организации рабочего места.

Целью любого технологического процесса является получение из исходных полуфабрикатов или сырья конечных изделий с заданными свойствами и формами. При разработке технологических процессов должны учитываться все действующие нормы и правила в области охраны труда, а также требования, изложенные в технической и эксплуатационной документации на оборудование.

При всем многообразии технологических процессов к ним могут предъявляться общие требования, обеспечивающие их безопасность и гигиеничность. К таким требованиям относятся: 1) механизация трудоемких и опасных операций; 2) автоматизация технологических процессов; 3) замена токсичных веществ на менее вредные и опасные; 4) увеличение степени непрерывности технологического процесса; 5) предотвращение образования взрывоопасных концентраций; 6) флегматизация (введение в реакционную среду веществ, способных замедлять скорость или полностью прекращать нежелательное течение реакции) химических реакций; 7) вынос оборудования на открытые площадки [9, с. 20 – 21].

\* \* \* \* \*

Все вырабатываемые в промышленности ткани (ассортимент тканей) характеризуют по стандартной и торговой классификации.

Согласно *стандартной классификации*, ткани подразделяют по сырьевому составу и назначению. Признак «назначение» в стандартной классификации является основным, так как ткани определенного назначения должны вырабатываться в соответствии с общими требованиями и должны обладать определенными показателями качества. В соответствии с назначением ткани подразделяются на бельевые, платьевые, костюмные, одежные, портьерные, полотенежные, скатертные, платочные, подкладочные, одеяльные, прикладные, мебельные, декоративные, штучные изделия и др.

В *торговой классификации* тканей деление на группы и подгруппы характеризуется большим разнообразием признаков – это назначение, структура, отделка, вид сырья и т. д. В каждом классе тканей используется своя обособленная система классификации.

По *строению* ткани подразделяют на четыре класса переплетений: ткани главных переплетений; ткани мелкоузорчатых переплетений; ткани сложных переплетений; ткани крупноузорчатые, или жаккардовые [9, с. 46].

\* \* \* \* \*

Обслуживание механических, автоматических, пневматических, рапирных и других типов ткацких станков выполняют основные рабочие ткацкого цеха – ткач и помощник мастера. Все станки в ткацком цехе разделены на комплекты. Каждый комплект обслуживают помощник мастера, несколько ткачей и вспомогательные рабочие.

*Ткач должен знать:*

– устройство ткацкого станка и основных механизмов, схему образования ткани на станке, основные разладки и причины их возникновения, меры предупреждения и устранения, опасные узлы станка, их ограждения;

– свойства применяемой пряжи и требования к ее качеству, строение ткани, основные переплетения и виды проборок, требования, предъявляемые к качеству суровой ткани, виды пороков, способы их предупреждения и устранения;

– причины обрывности основы и утка и меры по ее снижению; виды отходов и способы их снижения;

– организацию труда ткача по обслуживанию станков (рабочее место, приемы, планирование работы); передовые приемы и методы труда, организацию работы в цехе, распределение обязанностей по обслуживанию ткацких станков между рабочими;

– норму выработки ткача, факторы повышения производительности оборудования и труда, учет выработки и подсчет заработной платы;

– правила технической эксплуатации ткацких станков, пожарной безопасности и техники безопасности; правила промышленной санитарии, профессиональной гигиены и внутреннего распорядка [9, с. 107].

\* \* \* \* \*

Стандартизированное – значит лучшего качества и с наилучшими свойствами. Такая продукция отвечает современному развитию науки и техники, долговечна и более удобна.

В соответствии с законом о техническом нормировании и стандартизации «Стандартизация – деятельность, направленная на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области посредством установления положений для всеобщего и многократного применения в отношении реально существующих или потенциальных задач».

*Основные цели стандартизации:* 1) защита интересов потребителей и государства в вопросах качества продукции, услуг, процессов, обеспечивающих безопасность для жизни людей, охрану окружающей среды; 2) повышение качества продукции в соответствии с развитием науки и техники, с учетом потребности населения и экономики государства; 3) обеспечение технической и информационной совместимости и взаимозаменяемости продукции; 4) устранение технических барьеров в торгово-экономическом сотрудничестве, обеспечение конкурентоспособности белорусских товаров на мировом рынке; 5) обеспечение единства измерений; 6) содействие повышению обороноспособности государства [9, с. 309].

\* \* \* \* \*

*Метрология* (от греч. «метро» – мера, «логос» – учение) – наука об измерениях, методах и средствах обеспечения их единства и способах достижения требуемой точности. В настоящее время метрология развивается по следующим направлениям: законодательная, фундаментальная (научная) и практическая (прикладная) метрология.

Метрология как наука охватывает круг проблем, связанных с измерениями. Технологические измерения в текстильной промышленности являются источником объективной информации и играют все возрастающую роль. Метрическая система мер была введена во Франции в 1840 г.

*Основные задачи метрологической службы:* развитие общей теории измерений; установление единиц физических величин; разработка методов и средств измерений; разработка методов определения точности измерения; обеспечение единств измерений и единообразия средств измерений; установление эталонов и образцовых средств измерений; разработка методов передачи размеров единиц от эталонов или образцовых средств рабочим средствам измерений [9, с. 318].

\* \* \* \* \*

**Стандартизация** – деятельность по установлению технических требований с целью их всеобщего и многократного применения в отношении постоянно повторяющихся задач, направленная на достижение оптимальной степени

упорядочения в области разработки, производства, эксплуатации (использования), хранения, перевозки, реализации и утилизации продукции и оказания услуг.

Стандартизация является одним из действенных средств научно-технологического развития производства, использования наиболее рациональных форм его организации, улучшения качества продукции, экономии трудовых затрат и материальных ресурсов при производстве продукции.

При этом стандартизацию нельзя рассматривать как механическое применение в практике предприятия устоявшихся, усредненных норм, правил и характеристик, напротив, она способствует выбору и разработке наиболее оптимальных решений, не только рассчитанных на современный опыт науки и техники, но и учитывающих перспективы их развития [7, с. 455].

\* \* \* \* \*

Продукцией предприятий швейного производства являются бытовая и производственная одежда, предметы домашнего обихода, технические и другие изделия. Швейное предприятие представляет собой производство, в состав которого входят цех по подготовке материалов к раскрою, раскройный и экспериментальный цеха, а также несколько швейных цехов.

Основным оборудованием предприятий являются различные промышленные швейные машины, механизированные гладильные прессы, технологическое оборудование, а также некоторые транспортные средства. Необходимую конструкцию, форму и прочность изделию придают способы соединения деталей в изделия: ниточные, клеевые, сварные, комбинированные. Наиболее часто используются ниточные соединения, выполняемые на швейных машинах. Основным сборочным операциям предшествуют подготовительные – по изготовлению комплектующих деталей и транспортированию их в зону сборки, сопутствуют операции по формованию и завершают – отделочные.

Компоновка оборудования должна соответствовать технологическому циклу изготовления изделия – от поставки сырья и полуфабрикатов до отправки готовой продукции потребителю [10, с. 26].

### **Уровни компетенций современного руководителя**

Исследование содержания и структуры компетенциарной модели современного руководителя позволяет сделать выводы.

1. В наборе компетенций руководителей любого организационно-управленческого звена (оперативного и стратегического уровня) содержатся компоненты, которые можно определить как «базовые компетенции руководителя». К ним относятся:

- требовательность к себе;
- навыки оперативного планирования, самоорганизации, расстановки и



выбора приоритетов в работе;

- навыки стимулирования сотрудников;
- коммуникабельность;
- полихроничность;
- стрессоустойчивость;
- навыки обратной связи, подведения итогов и оценки результатов работы сотрудников;

– организаторские способности;

– понимание особенностей конфликтных ситуаций и умение грамотно разрешать их;

– умение разумно распределять временные ресурсы в треугольнике «работа – семья – досуг (хобби)»;

– нацеленность на постоянное обучение, развитие, рост, работа над собой.

2. Для руководителей оперативного уровня (базового и среднего звена) важное значение в повышении эффективности управленческой деятельности имеют компетенции: *профессионализм, знание своего дела, а также навыки обучения и развития сотрудников, наставничества, коучинга.*

3. Чем на более высокой организационно-управленческой ступени находится руководитель, тем большее значение в его управленческой деятельности приобретают *волевые качества, требовательность к другим (сотрудникам, коллегам, деловым партнерам), целеустремленность, навыки делегирования полномочий, навыки проведения групповых форм работы (совещания, планерки, собрания), оперативность в принятии решений, умение грамотно выстраивать дистанцию с сотрудниками, коллегами и деловыми партнерами, комплексный подход к работе, системность мышления*, которые можно назвать как «специальные компетенции руководителя».

4. Для руководителей стратегического уровня (высшего звена) важную роль в управленческой деятельности имеют следующие компетенции: *аналитические способности, проактивность (способность просчитывать развитие ситуации и принимать упреждающие меры), навыки организационных изменений, навыки стратегического планирования, навыки управления организационной культурой.*

5. Движение руководителя по служебной лестнице (карьерный рост) должно сопровождаться:

- формированием базовых компетенций руководителя;
- ослаблением действия компетенции руководителя оперативного уровня;
- развитием специальных компетенций руководителя;
- освоение и реализацией компетенций руководителя стратегического уровня [8, с. 204 – 208].

\* \* \* \* \*

Электронная почта – одна из наиболее ранних сетевых служб. Ее первоначальное назначение состояло в доставке коротких текстовых сообщений от

отправителя к адресату через цепочку промежуточных почтовых серверов. Сегодня средства электронной почты доставляют не только текстовые сообщения, но и произвольные файлы данных, а также сообщения с элементами форматирования, графикой, звукозаписью и другими мультимедийными компонентами. Существуют также средства, позволяющие создавать, редактировать, отправлять, принимать и воспроизводить голосовые и видеосообщения. Одним из направлений функционального совершенствования электронной почты в настоящее время стала интеграция со средствами мобильной и факсимильной связи. Ныне технические средства для работы с электронной почтой отнюдь не ограничены только компьютерами. В отправке и получении текстовых и голосовых сообщений можно использовать такие средства связи, как сотовые телефоны, пейджеры, мобильные вычислительные устройства *PDA (Personal Digital Assistant)* [4, с. 279].

### **Презентация как средство представления идей**

**Презентации в широком смысле слова.** У термина *презентация* два значения – широкое и узкое. В широком смысле слова презентация – это выступление, доклад, защита законченного или перспективного проекта, представление на обсуждение бизнес-плана, технического предложения, эскизного или рабочего проекта, готового товара и услуги, результатов внедрения, контроля, испытаний и многое другое. В этом смысле защита курсовой или дипломной работы – это тоже презентация. Ее цель – убедить экзаменационную комиссию в том, что докладчик получил за время подготовки необходимый уровень знаний, владеет терминами, понятиями, методами и приемами в той научной области, в пределах которой он претендует на получение квалификации.

Презентации непрерывно сопровождают как производственный, так и коммерческий цикл товаров и услуг. Утверждение бизнес-плана или технического предложения – это презентация. Представление общественности нового изделия или услуги – это тоже презентация. Говоря обобщенно, представление идей, людей, изделий, материалов и услуг – это всегда презентация.

**Презентации в узком смысле слова.** В узком смысле слова *презентации* – это электронные документы особого рода. Они отличаются комплексным мультимедийным содержанием и особыми возможностями управления воспроизведением. Воспроизведение может быть автоматическим или интерактивным, в том числе и дистанционным. Документы этого типа готовят с помощью специальных программных средств, но при этом широко используют и традиционные универсальные средства, такие, как текстовые и табличные процессоры, графические редакторы, средства обработки звуковой и видеоинформации и другие [4, с. 564 – 565].

\* \* \* \* \*

Швейные машины являются основным оборудованием для производства швейных, трикотажных изделий, изделий из кожи в швейном, трикотажном, обувном, галантерейном производствах. Специальные швейные машины широко применяются в других отраслях с соответствующей реконструкцией, модернизацией – при изготовлении упаковочной тары, многослойных чехлов, специальных объемных оболочек и др.

Основное назначение швейных машин – производственное, но они также успешно используются в быту, в домашних условиях.

Основной рабочий орган машины – игла. Все остальные органы направлены на то, чтобы переместить ее в нужном направлении на необходимую величину, увязать с ней свою работу для образования стежка. Результатом взаимодействия рабочих органов швейной машины является получение той или иной строчки, представляющей собой непрерывную цепь стежков.

При изготовлении одежды на швейных машинах обрабатываются различные материалы, определяющие во многом тип применяемого оборудования. Из материалов можно выделить следующие группы:

- легкие, средние, среднетяжелые и тяжелые ткани, отличающиеся по своей поверхностной плотности;
- мех (натуральный и искусственный);
- кожа (натуральная и искусственная);
- материалы с резиноподобным полимерным покрытием;
- трикотажные полотна;
- утепленные и дублированные материалы для спортивной и специальной одежды;
- материалы, сложные в обработке на швейных машинах (бархат, вельвет, сорочечные вискозные ткани, шелк, ткани с содержанием химических волокон);
- материалы для корсетных изделий [10, с. 69, 72].

\* \* \* \* \*

Технологический процесс изготовления изделий из кожи является многооперационным и сложным производством. Сложность его усугубляется постоянным изменением требований к конструкции и качеству предметов потребления, необходимостью удовлетворять изменениям моды, следить за сезонностью потребления изделий. Сложность конструкции изделий из кожи, заложенной в ее назначении, вызывает необходимость создания сложного оборудования с многообразием конструктивных решений. Значительную долю изделий из кожи занимает обувь.

Технологический процесс производства обуви охватывает операции от приемки материала до отделки изделия и складирования. Технологическая классификация операций и оборудования для их выполнения могут быть охарактеризованы следующим основным перечнем:

- подготовительное производство;
- раскрой;
- обработка деталей верха и низа обуви;
- сборка заготовки верха обуви;
- формование заготовки верха обуви;
- подготовка следа и прикрепление низа обуви;
- отделка обуви.

Внутри каждого из перечисленных разделов предусматривается подразделение на более мелкие операции, сочетание которых в одном технологическом процессе определяется конструкцией, назначением изделий и другими требованиями [10, с. 246].

### **Машины с электронным управлением**

Механизмы с числовым программным управлением нашли применение в машинах для выполнения сложных строчек и вышивок с большим числом стежков (в швейной промышленности – вышивальные машины-полуавтоматы, в обувной промышленности – полуавтоматы для соединения деталей верха обуви). Сущность числового программного управления заключается в представлении программ работы машины в виде чисел, записи этих чисел в задающем документе, считывании задающего документа, преобразовании чисел в соответствующие сигналы и использовании этих сигналов для управления движением исполнительных органов машины.

Принцип числового программного управления перемещением объекта обработки под иглой успешно реализуется в компьютеризированных машинах с электронным управлением различного назначения: петельных, пуговичных полуавтоматах и др.

Наиболее эффективное применение нашли системы автоматического электронного управления в вышивальных машинах, которые выполняют операции с большим числом стежков [10, с. 215 – 218].

\* \* \* \* \*

**Средства производства** – составная часть производительных сил – совокупность предметов и средств труда, используемых в процессе создания материальных благ.

К предметам труда относится все то, что подвергается обработке (трансформации), на что направлен труд человека. Они могут быть даны природой (земля, вода, нефть, уголь, руда), являться результатом первичной обработки – сырьем (металл, хлопок, древесина и т. д.), быть полуфабрикатами, то есть предметами, подвергнутыми подготовительным операциям перед изготовлением изделия.

К средствам труда относятся технические средства воздействия на предметы труда, получения, передачи и превращения энергии. Основную часть технических средств составляет производственная техника: машины и аппараты, механизмы, инструменты, производственные здания, коммуникации, транспорт и т. д.

Превращение предмета труда из сырья, полуфабриката в изделие завершается тогда, когда оно лежит на складе производителя. Однако это изделие еще не является конечным продуктом – предметом потребления (товаром), так как его нельзя потратить. Таковым оно становится после его доставки потребителю с использованием транспортных технических средств.

Таким образом, технические средства, оборудование являются важной составной частью экономики, которая определяет состояние народного хозяйства и включает в себя соответствующие отрасли и виды производства [10, с. 6].

\* \* \* \* \*

**Технологический процесс** представляет собой совокупность механических, физических, химических операций, изменяющих формы и размеры объекта обработки, их свойства, внешний вид, соединяющих детали в сборочные единицы и готовые изделия, соответствующие чертежу и техническим условиям.

Швейное и обувное производства, в которых первые промышленные машины появились в XVIII в., характеризуются большим разнообразием технологических процессов, многооперационностью изготовления изделий, постоянным повышением требований к их конструкции и качеству, необходимостью соответствовать изменениям моды и сезонным потребностям в изделиях, многообразием физико-механических свойств применяемых материалов, сложностью конфигураций и форм, наличием большого объема материалов с малой жесткостью и т. д. Это определяет особенности технологического оборудования: большое число типоразмеров; многоинструментность; разнообразие типов приводов, широкое применение автоматизированных систем управления, программирования и регулировки; сложность кинематики и т. д. [10, с. 7].

\* \* \* \* \*

Развитие производства сопровождается увеличением применения автоматизированных машин и систем машин, автоматов, полуавтоматов, агрегатов и автоматических линий.

Современные технические средства оснащаются системами автоматического управления на базе электроники, являясь мехатронными системами.

*Мехатроника* базируется на науке и технике в области инженерных знаний по механике, электронике, информатике, компьютерного управления движением машин, аппаратов и агрегатов.

Мехатроника объединяет такие инженерные специальности, как машиностроение, компьютерное управление процессами, электронику и информатику [10, с. 10 – 11].

\* \* \* \* \*

Основными видами продукции производства полимерных пленочных материалов и искусственной кожи (ППМ и ИК) для обувной и швейной промышленности являются обувные резины и узлы, изготовленные литьевым способом, полимерные пленочные материалы, специальные картоны, искусственные кожи на тканевых и нетканых основах. Многие машины для производства указанных изделий с необходимыми конструктивными изменениями заимствованы из других, ранее возникших отраслей промышленности (химической, резиновой, переработки пластмасс и т. д.). Первые отечественные предприятия по производству резины возникли в первой половине XIX в. В то же время при изготовлении ППМ и ИК для швейных и обувных предприятий применяется специфическое технологическое оборудование, отсутствующее в других производствах. Большую долю составляет оборудование для непрерывных (в определенных пределах) процессов изготовления продукции. Кроме того, развитие литьевых методов из высокополимерных материалов и создание соответствующего оборудования позволили изготавливать цельноформованные детали для одежды и обуви, а также целиком готовые изделия [10, с. 7 – 8].

\* \* \* \* \*

По технологическому принципу оборудование легкой промышленности можно подразделить на технологическое и вспомогательное.

К технологическому относятся технические средства, трансформирующие сырье и полуфабрикаты в готовое изделие. Технологическое оборудование сосредоточено в нескольких блоках.

Первый из них включает в себя оборудование для хранения поступивших на предприятие материалов и готовых изделий, а также накопители для создания запасов материалов и полуфабрикатов в зоне их обработки.

Второй блок носит в основном сырьевой характер. В нем сосредоточено оборудование для выделки кожи и меха, изготовления пленочных материалов и искусственной кожи, включающее в себя машины и аппараты для механической и жидкостной обработки, сушилки, смесители.

Третий блок включает в себя оборудование, непосредственно участвующее в производстве готовых изделий, оно состоит из машин и аппаратов для промерки, браковки, раскроя материалов, формования, сборки и отделки.

Вспомогательное оборудование включает в себя: транспорт, компрессорные обогревательные, увлажняющие, сушильные установки, устройства для аспирации, удаления отходов [10, с. 8 – 9].

## Особенности процесса влажно-тепловой обработки

Влажно-тепловая обработка (ВТО) в значительной степени определяет качество изделий. В швейном производстве она применяется в качестве внутрипроцессорных и отделочных операций по приданию формы и внешнего вида изделиям. В процессах изготовления швейных изделий удельная трудоемкость ВТО составляет более 20 %.

Влажно-тепловая обработка предусматривает несколько видов воздействия на материалы: отпаривание, глажение, прессование. Отпаривание снимает напряжение с волокон, вызванное предыдущими операциями. Глажение предусматривает перемещение гладильной поверхности под давлением по поверхности материала. При прессовании деталь или композиция деталей с большой силой зажимается между гладильными поверхностями.

Результат процесса обработки зависит от многих факторов. Основными параметрами, определяющими качество ВТО, являются: влажность, температура, давление, время выдержки. Все перечисленные параметры взаимосвязаны между собой. Для получения требуемого качества изделия и производительности оборудования следует обеспечивать рациональное воздействие на объект обработки, полуфабрикат как совокупных свойств перечисленных параметров, так и каждого из них в отдельности.

Выбирая параметры режимов ВТО, следует учитывать, что при этом меняются не только формы и размеры изделий, но происходит воздействие на физико-механические свойства материала, который может переходить из одного состояния в другое [10, с. 225 – 226].

### 3 ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ

\* \* \* \* \*

*Движущие силы инновационного развития* в общем плане – это органичные составляющие, компоненты факторов общественного развития экономики, страны в целом, та их часть и атрибуты, которые обеспечивают производство нового качества производительных сил и производственных отношений, новых идей, техники, технологий, услуг и продвигают тем самым общество по пути прогресса.

Общую логику инновационного развития экономики задают законы общественного воспроизводства, его структура, потенциалы и комплексы, стадии движения продукта, специфика протекания воспроизводственных процессов и так далее, а также структура национальной инновационной системы, отражающая закономерности научно-технической и инновационной деятельности. С точки зрения общей логики, к действующим силам инновационного развития общества относятся: общественные противоречия, дающие импульс к самодвижению и саморазвитию; прогрессивная деятельность социальных субъектов, разрешающих данные противоречия; побудительные силы этой деятельности (потребности, интересы, мотивы, материальные и моральные стимулы и др.) [2, с. 75].

#### Хозяйственный механизм

Как правило, *хозяйственный механизм* определяется сегодня как совокупность экономических структур, правовых норм, институтов, форм и методов хозяйствования, призванная служить увязке и согласованию общественных, групповых и частных интересов, обеспечивать функционирование и развитие национальной экономики в соответствии с требованиями экономических законов и с учётом исторической специфики. Он является тем механизмом, который приводит в действие социально-экономическую систему страны, используя весь арсенал присущих данной модели (способу) общественного производства экономических, правовых и иных инструментов, включая нормы и нормативы, экономические оценки ресурсов, финансы и кредит, цену, прибыль, заработную плату, премию.

Важнейшие *функции* хозяйственного механизма – экономическое стимулирование, организация производства и управления, регулирование финансово-кредитных отношений и материально-технических связей, учет и контроль, правовое регулирование хозяйственной жизни, социально-экономическое воздействие на хозяйственные процессы и др. Хозяйственный механизм, осуществляя указанные функции, обеспечивает все стадии общественного воспроизводства, все целевые функционалы социально-экономической системы в заданном режиме и правовом пространстве. Но перевод социально-экономической системы на инновационный путь развития требует преобразо-



вания ее структурных элементов и создания новых, отражающих движение к экономике знаний, то есть к новому способу производства и новому формату развития [2, с. 100 – 101].

\* \* \* \* \*

**Торговля** – это предпринимательская деятельность, заключающаяся в осуществлении процесса купли-продажи промышленных и продовольственных товаров и продукции предприятий общественного питания, оказании торговых услуг населению с целью получения прибыли.

Как вид предпринимательской деятельности торговля выделена в самостоятельную отрасль экономики, что обусловлено общественным разделением труда и характером обращения товаров народного потребления.

Обособление выражается в создании материально-технической базы (магазины, мелкорозничная сеть, кафе, бары, рестораны, склады, хранилища, комплексы торгового оборудования) и авансировании оборотных средств для закупки товаров и других товароматериальных ценностей.

В законе Республики Беларусь «О торговле» (2003) и Гражданском кодексе Республики Беларусь (1998) определены следующие **виды торговой деятельности**:

- *оптовая торговля;*
- *розничная торговля;*
- *общественное питание;*
- *оптово-розничная торговля;*
- *торгово-посредническая деятельность;*
- *производственно-коммерческая деятельность* [3, с. 19 – 21].

\* \* \* \* \*

В соответствии с основным концептуальным положением рыночной экономики производитель должен производить, а посредник – продавать то, что требует покупатель, по ценам, которые являются приемлемыми для конечного потребителя.

**Потребности** присущи человеку со дня его рождения. Они объективны и представляют собой движущую силу экономического, социального и духовного развития, критерий целесообразности использования природных богатств и других ресурсов.

Потребности выступают основой для взаимодействия производителей и потребителей и проявляются через конкретные (желаемые) образы материальных и духовных благ, способных их удовлетворять. Несмотря на свою абстрактность, потребности являются одновременно исходным моментом и результатом производства. Производитель должен постоянно искать формы их удовлетворения, разрабатывать новые товары, соответствующие спросу в кон-

кретном периоде. Экономическая сущность диалектики развития потребностей характеризуется следующими положениями:

1) природа потребностей и их развитие определяются производственной деятельностью людей;

2) виды потребностей и формы их удовлетворения обусловлены характером производственных отношений;

3) содержание потребностей, формы их удовлетворения и процесс развития отражают специфику переживаемого исторического момента;

4) осознанное отношение к труду и его результатам проявляется через признание необходимости удовлетворения потребностей [3, с. 52].

\* \* \* \* \*

Удовлетворение потребностей осуществляется посредством предъявления покупательского спроса.

**Спрос** – платежеспособная потребность, которую предъявляет покупатель на рынке для реализации своих желаний, то есть это его потребность в товарах и услугах, ограниченная деньгами.

Особенностью проявления спроса является использование для покупок не только собственных, но и заемных средств (покупка в кредит, использование кредита на потребительские нужды). По уровню удовлетворения спроса судят о степени удовлетворения потребностей.

Объем, структура и динамика спроса определяются следующими группами факторов:

– *социальными* (социальная структура общества, уровень развития культуры, мода, профессиональный состав населения, уровень безработицы);

– *экономическими* (уровень развития экономики страны (региона), размер денежных доходов, уровень и динамика розничных цен, соотношение товарной и нетоварной форм потребления, степень обеспеченности покупателей товарами, величина налогов, культура торговли, уровень цен на коммунальные услуги);

– *демографическими* (численность, половозрастной состав потребителей, размер и состав семьи, миграция населения);

– *природно-климатическими* (особенности климата, национальные традиции, сезонность продаж);

– *политическими* (поддержка малоимущих потребителей, минимальный уровень заработной платы и прожиточного минимума, индексация доходов, международные кризисы, войны, политические конфликты);

– *товарной политикой* (качество товаров, насыщенность рынка товарами, освоение современной техники и технологий производства, обширность ассортимента, наличие товаров-заменителей, товаров-дополнителей);

– *прочими факторами* (потребительские ожидания, предпочтения потребителей, сегмент рынка, реклама) [3, с. 52 – 54].

\* \* \* \* \*

Рынок образуют потребители со схожими запросами. Следовательно, он состоит из подгрупп (или сегментов) потребителей, чьи потребности, покупательский спрос и покупательные фонды несколько отличаются от потребностей представителей других сегментов. Глубокое знание специфики обслуживаемого сегмента рынка – важнейший фактор в усилении конкурентных преимуществ торгового объекта. Каждая торговая организация должна выявлять наиболее привлекательные сегменты рынка, которые она была бы в состоянии обслужить.

*Сегментирование рынка* – это процесс различных групп потребителей, составляющих данный рынок, которым можно и нужно предлагать товары, соответствующие их запросам и поведению, или делать отдельные маркетинговые предложения.

Обслуживаемый сегмент рынка характеризуется системой следующих показателей:

- численность и демографическая структура населения;
- социально-экономические отличия (сходство) потребителей (уровень образования, размеры денежных доходов, место трудовой занятости, требования к качеству товаров и торгового обслуживания);
- географические особенности (удаленность потребителей от месторасположения торговой организации);
- личностные проявления, стиль жизни, общественный статус потребителей;
- темпы потребления;
- приверженность к конкретной торговой марке;
- причины совершения покупок [3, с. 149].

\* \* \* \* \*

Наряду с традиционным контролем в теории и практике осуществления контрольной функции используется концепция контролинга.

**Контролинг** – это эффективная система управления, которая интегрирует планирование, учет, контроль и маркетинг, обеспечивая долговременное конкурентоспособное существование фирмы. Ее основные принципы следующие: уже сегодня делать то, о чем другие завтра только начнут думать; ориентироваться на деловую стратегию и перспективу; учитывать экономические, социальные и экологические факторы; добиваться оптимизации прибыли, не ограничиваясь традиционной максимизацией; заблаговременно распознавать проблемы; применять оригинальную методику учета прямых затрат на осуществление хозяйственной деятельности. Контролинг аккумулирует лучшие достижения современного менеджмента и возвращает их обогащенными системной методологией, благодаря чему над всеми факторами управленческой деятельности устанавливается постоянный систематизированный контроль и они рас-

считаются как взаимосвязанные, взаимообусловленные и взаимодействующие [3, с. 248 – 249].

\* \* \* \* \*

Стабильность и экономическое развитие торговой организации находятся в зависимости от ее готовности использовать передовые технологии учета и анализа информации, умения наладить полный контроль за товарными и финансовыми потоками.

С ростом конкуренции на рынке потребительских товаров особую значимость приобретает задача эффективного управления товарными запасами. Решить ее можно, применяя **системы автоматизации**, которые базируются на современных технологиях идентификации товаров (штрих-кодирование), их учета (применение сканеров, касс, весов, терминалов сбора данных) и принятия управленческих решений. Поскольку каждая организация отличается от других размером торговой площади, видом обслуживания, типом и количеством покупателей, ассортиментом товаров, бюджетом проекта автоматизации и так далее, необходимо применять индивидуальный подход к автоматизации [3, с. 249].

\* \* \* \* \*

**Платежеспособность торговых организаций** накладывает отпечаток на ассортиментную структуру их товарооборота: при ограниченных финансовых ресурсах ассортимент весьма скромный, а при твердом достатке он поражает широтой и разнообразием. Организации с большими возможностями формирования товарных запасов имеют выбор и при оплате поставленного товара (предоплата, оплата наличными, товарный кредит, авансовый платеж, принятие товаров на комиссию). Расширение ассортимента способствует росту товарооборота и товарных запасов, но требует больших финансовых затрат. Для поддержания высокого уровня эффективности результатов деятельности торговой организации необходимо отладить работу по экономическому обоснованию объемов и структуры товарооборота, товарных запасов, добиваясь, чтобы темпы роста прибыли, товарооборота значительно обгоняли темпы роста товарных запасов и расходов на их содержание [3, с. 277].

\* \* \* \* \*

**Товарное обеспечение торговой организации** можно определить как процесс обеспечения поступления товаров из разных источников с целью создания товарных ресурсов, предназначенных для последующей продажи конечному потребителю или профессионального использования. Источниками товарного обеспечения являются: поступление товаров от отечественных производителей, от оптовых организаций и прочих посредников, импорт из стран ближнего и дальнего зарубежья; поступление от личных подсобных хозяйств и др.

Основные формы товарного обеспечения – простая и сложная.

**Простая форма** предполагает поставку товаров в розничную торговую организацию непосредственно от производителя. Она основывается на прямых хозяйственных связях, исключая лишние звенья перевалки товаров, что ускоряет товарооборачиваемость, позволяет напрямую воздействовать на производителя в части формирования ассортимента, обеспечения качества товаров, выполнения условий поставки и др. Данная форма применяется при закупке большинства продовольственных товаров и части непродовольственных (как правило, предметов простого ассортимента или крупногабаритных). Крупные розничные организации предпочитают прямые поставки независимо от ассортимента.

**Сложная форма** означает поставку товаров через посредников (иногда многочисленных), в роли которых могут выступать частные и государственные оптовые организации, биржи, индивидуальные предприниматели. К категории посредников относятся дилеры, дистрибьюторы, комиссионеры, агенты и брокеры. Их услуги независимы при закупке товаров сложного ассортимента, требующих подсортировки, а также товаров, поставляемых по импорту [3, с. 320 – 321].

\* \* \* \* \*

Важнейшей производительной силой общества и составной частью его экономического потенциала являются трудовые ресурсы.

**Трудовые ресурсы** – это население в трудоспособном возрасте, обладающее физическими и духовными способностями, общеобразовательными и профессиональными знаниями и навыками для работы в народном хозяйстве, отдельных его отраслях и организациях (предприятиях).

В рыночной экономике отношения, связанные с распределением и перераспределением трудовых ресурсов, воспроизводством рабочей силы, подготовкой и переподготовкой квалифицированных специалистов, трудоустройством работников, регулируются через **рынок труда**, на котором формируются спрос на рабочую силу и ее предложение.

Благодаря функционированию рынка труда обеспечиваются: согласование экономических интересов наемных работников и работодателей; распределение трудовых ресурсов между отраслями экономики, регионами, субъектами хозяйствования; поддержание определенного равновесия между спросом на рабочую силу и ее предложением; регулирование уровней занятости населения и оплаты труда [3, с. 342 – 343].

\* \* \* \* \*

Для измерения экономической эффективности используются показатели, характеризующие как результаты, так и затраты. Результаты торговой деятельности выражаются в конкретном полученном эффекте. Различают два вида эффекта: экономический и социальный.

Экономический эффект определяется как абсолютная величина превышения полученных результатов над произведенными затратами. **Показателями экономического эффекта** торговой деятельности являются товарооборот в сопоставимых ценах, доходы и прибыль от реализации товаров, чистая продукция, показатели ускорения товарооборачиваемости и экономии материальных, топливно-энергетических ресурсов. Приоритетное значение среди них имеют показатели, отражающие конечные результаты деятельности, – товарооборот в сопоставимых ценах и прибыль.

**Показателями социального эффекта** являются уровень удовлетворения спроса населения на товары; качество торгового обслуживания, характеризующее широтой и устойчивостью ассортимента товаров, применением прогрессивных форм продажи товаров, количеством и качеством дополнительных услуг, предоставляемых покупателям [3, с. 631].

\* \* \* \* \*

В рыночных условиях меняются приоритеты и целевые установки маркетинговой деятельности банка. В ее центре находятся существующие и потенциальные клиенты из приоритетных групп и сегментов. Они служат основой для всей маркетинговой работы клиентоориентированного банка, определяют основные направления маркетинговой деятельности, содержание комплекса маркетинга.

Связь между стратегией маркетинга и приоритетными клиентами осуществляется через персональных менеджеров, которые являются проводниками клиентской политики банка.

**Персональный менеджер** – это сотрудник банка, ведущей целью деятельности которого является установление и развитие долгосрочного сотрудничества с корпоративными клиентами на условиях доверия и взаимовыгодности, обеспечение партнерских отношений на основе глубокого знания бизнес-процессов, технологии, рынка, планов развития клиентов [5, с. 78].

## Реклама в банковской сфере

**Реклама** – целенаправленная форма коммуникаций, призванная перевести качество товаров, услуг на язык нужд и запросов клиентов, распространяется известным, явно названным источником (рекламодателем) в оплаченное им время или на оплаченном месте. В настоящее время по суммарному объему расходов на рекламу банки ведущих стран занимают 4-е место, уступая производителям автомобилей, торговым фирмам и издательским группам.

Банковская реклама эффективна лишь тогда, когда удовлетворяет следующим требованиям:

– четко формулирует рыночную позицию банка, то есть содержит информацию о его уникальных особенностях, отличиях от банков-конкурентов;

- обещает клиенту существенные выгоды;
- создает и внедряет в сознание ясный, продуманный в деталях образ, бренд банка – стереотип, увеличивающий его ценность в глазах клиента;
- подчеркивает высокое качество предлагаемых банковских услуг и в то же время сама уровнем использования ассоциируется с этим высоким качеством;
- имеет точную целевую направленность, отражая разные запросы, желания, интересы конкретных клиентов и информируя их таким образом, чтобы учитывались различия потребительского спроса в определенной рекламной аудитории;
- делает акцент на новые уникальные черты и свойства услуг банка, что является предпосылкой его успеха на рынке и наиболее действующей составляющей рекламной аргументации [5, с. 122 – 123].

\* \* \* \* \*

**Страховой агент** – представитель страховщика, которому на основании контракта поручается за определенное вознаграждение осуществлять страховую деятельность. Агентами страховщика могут быть как физические, так и юридические лица, действующие от имени страховщика и по его поручению в соответствии с предоставленными полномочиями.

Работа в качестве страхового агента требует от кандидата не только знаний в области предлагаемых видов страхования и конкретных страховых продуктов, но и знаний психологии людей, коммуникабельности, умения легко и непринужденно общаться с людьми разных профессий, возрастов и социального статуса.

Страховыми агентами – юридическими лицами выступают туристические агентства, пункты продаж мобильных телефонов, автомобильные дилеры, юридические консультации и нотариальные конторы, которые наряду с услугами по основному профилю своей деятельности предлагают оформить те или иные договоры страхования [5, с. 156].

\* \* \* \* \*

При формировании и развитии рыночных отношений предприятие становится важнейшим элементом рыночной системы, поэтому в современных условиях хозяйствования требуется переосмысление форм и методов ведения **экономики предприятия**.

**Ключевой задачей предприятия** является формирование способности адекватно реагировать на изменения, которые происходят на рынке под влиянием экономических, технологических, социальных, политических факторов. Эти изменения могут быть связаны с появлением на рынке новых изделий, которые по неценовым факторам более привлекательны для потребителей, то есть обладают более высокими техническими, эксплуатационными, дизайнерскими

характеристиками. Рыночная ситуация может измениться и под влиянием появления на рынке аналогичных изделий, предпочтительных для потребителя по ценовым факторам, то есть имеющих более низкую цену. Изменение вкусов и поведения потребителей может привести к потере интереса к продукции, производимой предприятием, в связи с появлением абсолютно новых потребностей. Положение предприятия может измениться под влиянием роста спроса на отдельные виды продукции, структурных сдвигов на сырьевом рынке, методов государственного регулирования экономики, экологических кризисов, изменения политической ситуации и т. д.

Таким образом, экономика предприятия, с одной стороны, должна адаптироваться к происходящим изменениям, чтобы выжить, быть конкурентоспособной, приносящей доход. С другой стороны, предприятие является основным звеном рыночной экономики не только потому, что производит продукцию, удовлетворяющую запросам потребителей, но и потому, что создает новые рабочие места, обеспечивает занятость населения, формирует условия для производительного труда, использования прогрессивных технологий, в определенной мере *влияет на качество жизни*.

Экономика предприятия определяет экспорт страны, ее положение на мировом рынке, способность к эквивалентному международному экономическому обмену в условиях глобализации [7, с. 16 – 17].

\* \* \* \* \*

Большое значение, которое имеет рост производительности труда для предприятий и всего общества, делает необходимым изучение всех факторов, влияющих на уровень производительности труда и вскрытие резервов ее роста.

В зависимости от степени и характера влияния на уровень производительности труда факторы можно объединить в три группы: материально-технические, организационно-экономические и социально-психологические.

*Материально-технические факторы* связаны с использованием новой техники прогрессивных технологий, новых видов сырья и материалов, повышение качества продукции.

*Организационно-экономические факторы* определяются уровнем организации труда, производства и управления.

*Социально-психологические факторы* определяются качеством трудовых коллективов, их социально-демографическим составом, уровнем подготовки, дисциплинированности, трудовой активности и творческой инициативы работников, стилем руководства в подразделениях и на предприятии в целом.

В условиях развития рыночных отношений в нашей стране возрастает значение таких общественных факторов, которые, с одной стороны, тормозят, но с другой – стимулируют рост производительности труда. Среди них: повышение уровня безработицы, усиление конкуренции товаропроизводителей, развитие малого бизнеса и др.



Рост производительности труда оказывает огромное влияние на экономику предприятия, так как ведет к снижению себестоимости продукции и повышению ее конкурентоспособности. Кроме того, рост производительности труда предполагает улучшение материального и социального благосостояния работников предприятия. В этой связи особое значение приобретает поиск резервов и путей повышения производительности труда [7, с. 156 – 159].

### Показатели качества продукции

Потребности обычно выражаются в свойствах, в их сравнении с аналогичными свойствами базового, или эталонного, образца. Такими свойствами могут быть масса, габариты, производительность, цвет, надежность, долговечность и др. Все свойства продукции выделены в группы.

**Показатели назначения** характеризуют полезный эффект от использования продукции по назначению и обуславливают область ее применения (производительность оборудования, процентное содержание соли, сахара, жира в пищевых продуктах, скорость высота полета самолета и др.).

**Показатели надежности** и долговечности характеризуют свойства надежности и долговечности изделий в конкретных условиях их использования. Надежность изделия – сложное свойство, состоящее из трех частных свойств (безотказности, ремонтпригодности, сохраняемости) и зависящее от долговечности составных частей изделия. Она закладывается на стадии разработки, обеспечивается на стадии производства и поддерживается на стадии эксплуатации.

**Эргономические показатели** отражают удобство эксплуатации изделия человеком. Взаимодействие человека с изделием выражается через комплекс антропометрических, физиологических и психологических свойств человека.

**Эстетические показатели** характеризуют композиционное совершенство изделия (сочетание цветов, выразительность формы).

**Показатели транспортабельности** отражают степень возможности транспортировки изделия различным транспортом без нарушения его свойств.

**Патентно-правовые показатели** характеризуют патентную защиту и патентную чистоту продукции.

**Экологические показатели** отражают степень влияния на окружающую среду вредных воздействий, которые возникают при хранении, эксплуатации или потреблении продукции.

**Показатели безопасности** определяют степень безопасности эксплуатации и хранения изделия, то есть обеспечивают безопасность при соблюдении условий эксплуатации, ремонта, простоя.

**Показатели стандартизации и унификации** отражают степень использования или применения в данном изделии стандартизированных деталей, сборочных единиц, блоков и других составных элементов и уровень унификации составных частей изделия. Эти показатели позволяют определить степень кон-

структивного единообразия изделия. Они свидетельствуют о возможности применения минимально необходимого количества типоразмеров составных частей изделия с целью повышения качества продукции и эффективности производства.

Указанные показатели в совокупности создают базу для сравнения с другой аналогичной продукцией, позволяют оценить их технический уровень и качество. В зависимости от потребности используется тот или иной показатель [7, с. 436 – 438].

\* \* \* \* \*

Конкурентоспособность новой продукции проявляется на рынке и определяется ее потребительскими свойствами и ценой. Цена должна стимулировать и производство, и потребление новых изделий.

*Конкурентоспособность* – это комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик товара, определяющих его успех на рынке, то есть преимущество именно этого товара над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров-аналогов. Конкурентоспособность определяется только теми свойствами, которые представляют заметный интерес для покупателя. Все характеристики изделия, выходящие за рамки потребительских интересов, при оценке конкурентоспособности не рассматриваются.

Многие компании индустриально развитых стран (Японии, США, Франции, ФРГ) позволяют добиваться конкурентоспособности товаров лишь на внутреннем рынке, будучи уверенными в возможности сбыта своих товаров и на внешнем рынке.

Таким образом, при неизменности качественных характеристик товара его конкурентоспособность может меняться в широких пределах, реагируя на изменение конъюнктуры рынка, воздействие рекламы и проявление других внутренних и внешних по отношению к товару факторов.

Различают следующие методы конкуренции на основании:

- критерия повышения качества товара (неценовая);
- критерия повышения качества сервиса товара;
- снижения цены (ценовая);
- снижения эксплуатационных затрат у потребителя товара;
- использования всех конкурентных преимуществ объекта и субъекта (интегральная) [7, с. 505].

\* \* \* \* \*

Формирование прибыли является одной из составляющих хозяйственного механизма, действующего в обществе на определенном историческом этапе его развития. Хозяйственный механизм определяет условия функционирования хозяйствующих субъектов и, следовательно, условия и общий порядок формирования финансовых результатов их деятельности. Таким образом, понятие при-

были как финансового результата деятельности выражает определенную форму реализации экономических отношений по поводу образования, распределения и использования в денежной форме части стоимости прибавочного продукта, сложившихся на определенном этапе развития общества, в определенной экономической системе и реализующихся через созданный в ней хозяйственный механизм.

Такой подход позволяет разграничивать понятия прибыли как экономической категории и как финансового результата деятельности хозяйствующего субъекта [7, с. 554].

### **Факторы повышения рентабельности и увеличения прибыли**

Изучение механизма формирования и распределения прибыли и уровня рентабельности предприятия позволяет определить факторы, влияющие на размер прибыли и уровень рентабельности, и основные направления поиска резервов их увеличения. Факторы, влияющие на них, классифицируются по различным признакам.

К **внешним факторам** относятся природные условия, государственное регулирование цен, тарифов, процентов, налоговых льгот, штрафных санкций, инфляция и др. Они не зависят от деятельности предприятий, но могут оказывать значительное влияние на размер прибыли и рентабельности.

**Внутренние факторы** делятся на производственные и внепроизводственные.

**Производственные факторы** характеризуют наличие и использование средств и предметов труда, трудовых и финансовых ресурсов и в свою очередь могут подразделяться экстенсивные и интенсивные. **Экстенсивные факторы** воздействуют на процесс получения прибыли путем количественных изменений: объема средств и предметов труда, финансовых ресурсов, времени работы оборудования, численности персонала, фонда рабочего времени и др. **Интенсивные факторы** воздействуют на процесс получения и увеличения прибыли, повышения рентабельности также путем качественных изменений: повышения производительности оборудования и его качества, использование прогрессивных материалов, совершенствования технологии обработки, ускорения оборачиваемости оборотных средств, повышения квалификации и производительности труда персонала, снижения трудоемкости и материалоемкости продукции, совершенствования организации труда и более эффективного использования финансовых ресурсов и др. К **внепроизводственным факторам** относятся, например, снабженческо-сбытовая и природоохранная деятельность, социальные условия труда и быта и др. [7, с. 563 – 564].

## 4 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРОФИЛЬ

\* \* \* \* \*

К полотнам для нарядного белья (белье высшей категории) предъявляются повышенные эстетические требования: красивое цветовое решение, изысканная орнаментация, включая отделку, шитье или кружево и др. Степень белизны отбеленных хлопчатобумажных полотен должна быть не менее 82 %, льняных – не менее 80 %. Гладкокрашенные полотна окрашивают в светлые нежные тона; печатные вырабатывают в основном белоземельными (с рисунком, занимающим 30-50 % площади). В ассортимент бельевых материалов входят хлопчатобумажные, льняные и шелковые ткани, ткани с добавлением химических волокон. Гигиенические свойства бельевых материалов из натуральных, химических волокон и из их смесей разнообразны, что необходимо учитывать при изготовлении и использовании бельевых изделий.

Ассортимент бельевых хлопчатобумажных тканей включает ситцы, бязи, миткали (бельевая группа хлопчатобумажных тканей), муслины, шифон, батист, а также фланели, байки, бумазею, которые используют для зимнего и детского белья. Все эти ткани отличаются высокой гигроскопичностью, прочностью и устойчивостью к действию многократных стирок.

Хорошими гигиеническими свойствами обладает белье (ночные сорочки) из тонкого льняного и полульняного полотна. Льняные ткани вырабатывают отбеленными, с блестящей поверхностью. Полульняные ткани имеют матовую поверхность и большую растяжимость по основе, чем чистольняные ткани. Ткани из натурального шелка, например крепдешин, из-за высокой стоимости используются в основном для нарядного белья. Для предметов женского туалета применяют шелковые корсетные ткани, атласы, дамасы, широко используют материалы из шелковых химических волокон [12, с. 183 – 184].

\* \* \* \* \*

В ассортименте любых видов костюмных материалов можно всегда условно выделить две составные части: традиционные и новые материалов. Традиционная часть ассортимента формировалась десятилетиями, ее составляют широко известные материалы с отработанной в течение многих лет структурой, отделкой и иногда даже художественно-эстетическим оформлением; им часто присваивались характерные названия (трико, шевиот, твид, фланель, диагональ и др.) и постоянные артикулы. Эти материалы обладают, как правило, стабильными показателями свойств и высоким качеством. Традиционная часть ассортимента постоянна, изменения ее состава небольшие и связаны с прекращением или возобновлением производства отдельных видов (например, твид, коверкот и др.). Сезонное обновление этой части ассортимента связано с художественно-колористическим оформлением в соответствии с требованиями моды. Эргономические требования к материалам для костюмов дифференцированы в зависимости от сезона их использования. К материалам для летних костюмов

предъявляются более жесткие требования, чем к материалам для костюмов демисезонных и зимних. Летние костюмы выпускаются без подкладки или с очень легкой подкладкой, поэтому материалы, из которых они изготовлены, должны обеспечивать некоторую теплоизоляцию, обладать определенными показателями воздухопроницаемости, гигроскопичности и влагопроницаемости. Так как костюмные изделия не имеют прямого контакта с телом человека (их носят поверх белья, верхней сорочки или блузки), то среди гигиенических свойств тканей наибольшее значение имеют воздухопроницаемость и тепловое сопротивление и в несколько меньшей степени – гигроскопичность и влагопроводность [12, 202 – 203].

\* \* \* \* \*

В качестве *подкладки* в одежде различного назначения используют шелковые, полушелковые, синтетические и хлопчатобумажные подкладочные ткани, тонкие гладкие синтетические полотна, искусственный и натуральный мех, а также карманные ткани и используемые для подкладки карманов трикотажные полотна.

В ассортименте подкладочных тканей преобладают вискозные и вискозно-ацетатные ткани, выпускаются в небольшом количестве вискозно-капроновые ткани, тонкие гладкие синтетические и хлопчатобумажные ткани.

Вискозные и вискозно-ацетатные подкладочные ткани вырабатывают из комплексных нитей атласным, саржевым, мелко-узорчатым и крупноузорчатыми переплетениями, их поверхностная плотность 70-140 г/м<sup>2</sup>. Выпускают гладкокрашенные подкладки, пестротканые в полоску и в клетку с эффектом «шанжан».

Классические подкладочные ткани – альпак, дудун, дамассе – гладкокрашенные крупноузорчатого переплетения с пышными растительными рисунками, в которых используется контраст матовой или фактурной поверхности с гладкой блестящей. Вырабатывают эти ткани из комплексных вискозных нитей; альпак имеет ацетатный уток [12, с. 221 – 222].

\* \* \* \* \*

По общему назначению кожи делят на четыре класса:

– одежно-галантерейные – для изготовления одежды, головных уборов, рукавиц, перчаток, галантерейных изделий, обивки мебели;

– обувные – для изготовления деталей верха и низа обуви (подошвы, флики для изготовления каблучков);

– шорно-седельные – для изготовления упряжи, людского и конского снаряжения (ремни, портупея, крылья, сидения, седла и др.);

– технические – для приводных ремней для деталей машин и других технических целей.

Ассортимент **одежных** кож сегодня представлен многообразием как видов сырья, так и видов отделки лицевой, а иногда и изнаночной поверхности.

Кожа для одежды должна иметь хороший внешний вид, быть мягкой на ощупь, ровно выстроганной по всей площади, хорошо продубленной, без жировых пятен и налетов, складок и морщин. Окраска должна быть ровной по всей площади, без пятен, устойчивой к утюжильной обработке при температуре 80 °С, без общей садки, ломкости и осыпания покрытия, устойчивой к сухому и мокрому трению. Кожа должна обладать неизменяемостью формы во времени, выдерживать достаточно длительную эксплуатацию и не терять своих свойств при хранении в течении установленного времени [12, с. 240].

\* \* \* \* \*

К классическим видам одежной кожи относятся:

– *шеврет одежный* – кожа хромового дубления, вырабатывается из шкур овец, отличается малой средней плотностью и высокой растяжимостью.;

– *велюр* (от франц. *velours* – бархат) – кожа хромового метода дубления с ворсовой поверхностью, полученной путем шлифования бахтармы полуфабриката;

– *нубук* – кожа хромового дубления, полученная подшлифовкой лицевой поверхности, имеющей очень мелкие и незначительные сырьевые пороки;

– *замша* – кожа жирового и формальдегидно-жирового методов дубления, вырабатывается из шкур молодых лосей, оленей, коз, овец, опойка и др. Замша характеризуется особой мягкостью, низким, густым и блестящим ворсом, повышенной тягучестью, хорошей воздухопроницаемостью, устойчивостью к воде;

– *шевро* – кожа хромового дубления, получаемая из шкур коз. Шевро имеет прекрасный внешний вид, приятная на ощупь, мягкая и при небольшой толщине обладает высокими прочностными характеристиками;

– *сафьян* – мягкая, тонкая кожа растительного (таннидного) дубления, окрашенная, как правило, в яркие цвета; выделяется из шкур телят, жеребят, овец и коз;

– *шагрень* – кожа растительного дубления, мягкая, с мелким рельефным рисунком; изготавливается также из овечьих шкур;

– *лаковая кожа* – вырабатывается из шкур телят, жеребят и коз хромовым дублением с нанесением на поверхность лаковой полиурета – новой пленки;

– *стилок* – получают путем распиливания на двоильных машинах толстых кож крупного рогатого скота хромового или комбинированного дубления по толщине на два или более слоев [12, с. 241 – 242].

\* \* \* \* \*

**Кожки для обуви.** Основным признаком классификации обувных кож является их целевое назначение, в связи с чем их делят на две основные группы:

кожи для верха (мягкие) и кожи для низа (жесткие) обуви.

Кожи для верха обуви должны обладать мягкостью, эластичностью, иметь красивую лицевую и бахтармяную поверхность, быть равномерно окрашенными по всей площади. Гладкие кожи для верха подразделяются на три группы: хромовые, юфтевые и подкладочные, а также на кожи с ворсовой лицевой поверхностью: велюр, нубук, замшу.

*Хромовые кожи* – основной вид материала, наиболее широко применяемый для верха бытовой повседневной и модельной обуви всех видов. В качестве исходного сырья используют шкуры крупного рогатого скота, коз, овец, свиные, конские и др.

*Юфтевые кожи* (юфть). Из юфтовых кож изготавливают детали верха сапог, полусапог, сандалий. Юфть вырабатывают комбинированным методом дубления из шкур крупного рогатого скота, свиных и конских шкур и в зависимости от назначения делят на юфть обувную и сандальную, с естественной и со шлифованной лицевой поверхностью (гладкие и нарезные).

*Обувная юфть* – особый вид кожи, отличающийся повышенной водонепроницаемостью и мягкостью, толщиной от 1,5 до 3 мм. Повышенное содержание жировых веществ в дерме (22–28 %) и особенности технологии производства юфти позволяют обеспечить ее пластичность и водостойкость. Обувную юфть выпускают цветной, черной и натурального цвета.

*Сандальная юфть* отличается от обувной меньшим содержанием жировых веществ (7–15 %), повышенной упругостью и жесткостью, и, как следствие этого, хорошо сохраняет форму изделия. Сандальную юфть выпускают цветной, белой и натурального цвета [12, с. 244 – 245].

\* \* \* \* \*

**Шорно-седельные** кожи используют для изготовления ремней, кобур, сумок, планшеток и т. п. и конского снаряжения (деталей оголовья, ремней, переметных сумок), упряжи, вырабатывают из шкур крупного рогатого скота и свиней комбинированными методами дубления. Для изготовления деталей упряжи (ремней, гужей, сшивок и др.) применяют сыромять, ремни из которой обладают высоким сопротивлением разрыву.

**Технические** кожи используют для выработки приводных ремней, деталей к машинам и других технических изделий, вырабатывают из шкур крупного рогатого скота (бычины, яловки) в виде чепраков. Высокая упругость таких кож достигается введением значительных количеств жирующих веществ и усиленным растягиванием чепраков и нарезанных из них полос для ремней, а также самих ремней в процессе их изготовления [12, с. 246 – 247].

## Роль цвета и света в дизайне интерьера

В дизайне интерьера ведущую роль играют свет и цвет. Цветовая гамма всегда имела большое значение в психологии человека, зачастую определяя его душевный настрой и создавая психологический комфорт либо дискомфорт. Поэтому к цветовому решению своего жилищного пространства мы должны подходить с особой тщательностью.

Без света нет цвета. При разном свете один и тот же тон воспринимается по-разному – становится теплее или холоднее.

Цвет – явление сложное.

При выборе цветовой схемы для вашего интерьера нужно учитывать фактуру и ее влияние на свет и тени.

Следует учитывать, что различная фактура может добавить нотки теплого или холодного в цветовую схему. Например, шерсть, дерево и кашемир – теплые фактуры, а лак и мрамор – холодные. Фактуру не всех предметов так легко определить. Вельвет, например, теплый на ощупь, но может казаться холодным, отливая в лучах света.

Секрет использования цвета в сочетании с фактурой материалов состоит в том, чтобы иметь понятие о создаваемой сочетанием энергии. Если вам захочется ввести мягкую теплую ноту в интерьер, воспользуйтесь теплым материалом песочного цвета. Если же необходимо подчеркнуть резкость цвета, воспользуйтесь такими материалами, как фарфор или сатин. В зависимости от того, как вы будете использовать оттенки цвета и фактуры в помещении, получите настроение, которое создадите [13, с. 45 – 47].

\* \* \* \* \*

Материал всегда определял специфику творчества художника и ремесленника: гончара, кузнеца, краснодеревщика и т. д. XX в. принес с собой новые материалы. Сегодня нас повсюду окружают изделия из металловсплавов, полиэтилена, полиуретана и других различных соединений органической химии, композитов, делающих керамику прочнее металла, стекло – легким и небьющимся, как пластик, а металл по теплопроводности таким же, как стекло и керамика.

Хай тек в дизайне – стиль, пропагандирующий эстетику материала, причем всегда самого современного материала. Наиболее распространенными являются стекло, металл (они в отделке помещения являются основными), бетон, камень, натуральное дерево. К этому могут добавляться открытая кирпичная кладка и разнообразные современные синтетические материалы. Никаких особых ограничений у стиля нет. Главное здесь – принцип техногенности, потому что хай тек родился как производственный стиль. Полное отсутствие украшений в интерьере компенсируется «работой» фактуры: игра света на стекле, рисунок натуральной древесины, блеск хромированных труб, стержней и металлических полированных поверхностей. Демонстрируются высокие качества



пластиков, легких сплавов, новых композитных материалов, цветных блестящих и прозрачных поверхностей.

В дизайне мебели, выполненной в стиле хай тек, формы и пропорции тщательно продуманы, она похожа на офисную: пластик, кожзаменитель, полированный металл. Вместо портьер используются всевозможные жалюзи, посуда одноцветная, без орнаментов и рисунков, светильники на кронштейнах и подставках в виде плафонов простой формы – таковы интерьеры хай тека, где гармонично сочетаются пространство, свет, простые формы и идеальные пропорции. И, естественно, минимализм – интерьеры этого стиля отличает четкость и конкретность, можно даже сказать – деловитость [11, с. 168 – 169].

\* \* \* \* \*

Психология шрифта определяет, какой именно эффект произведет тот или иной шрифт на пользователя. Типографика, или шрифты – очень значимая составляющая, игнорирование которой приводит к созданию менее качественного веб-дизайна. Многие дизайнеры фокусируют внимание на красоте и художественной привлекательности проекта, цветовых сочетаниях и практическом значении, но немногие относятся с той же щепетильностью к шрифтам. Они просто не понимают, что именно гарнитура передает пользователю послыл.

Шрифт – один из элементов, к которым нужно относиться очень серьезно. Шрифты обеспечивают читабельность и несут главный смысл. Психология шрифта играет роль позвоночника в эффективности веб-дизайна. Каждый дизайнер знает, что цвета влияют на настроение, эмоции и чувства людей. Шрифты в этом смысле дают тот же эффект что и цвета.

Веб-разработчикам и дизайнерам доступны тысячи шрифтов. Выбор их стиля может показаться случайным решением, однако знание психологии шрифта сделает ваш выбор осознанным [14].

## 5 ЗАДАНИЯ НА РАЗВИТИЕ РЕЧИ

### 1. Адзначце радкі, у якіх усе словы з'яўляюцца сінанімічнымі:

- I. а) рашуча, катэгарычна, абавязкова;  
б) цікаўны, дапытлівы;  
в) лёс, доля, частка;  
г) доказ, сведчанне, падстава;  
д) знакаміты, велічны, папулярны.
- II. а) ашчаджаць, берагчы, эканоміць;  
б) неабыхава, нераўнадушна, незацікаўлена;  
в) дакладна, літаральна, пунктуальна;  
г) гучны, громкі, звонкі;  
д) надаверліва, скептычна.

Адказ падмацуйце прыкладамі, склаўшы і запісаўшы словазлучэнні (або сказы) з прапанаванымі варыянтамі.

### 2. Адзначце словазлучэнні, у якіх выдзеленыя словы ўжыты правільна.

Дзейсныя меры, дзейсны чалавек, эфектыўны метады, эфектны падыход, каларытная мова, каларыйная карціна.

### 3. Перакладзіце словазлучэнні на беларускую мову. Адзначце сферу ўжывання дадзеных устойлівых адзінак.

сберегательный банк	банк данных
коммерческий кредит	кредит доверия
стол (предмет мебели)	адресный стол
полиэтиленовый пакет	социальный пакет
помещение склада	склад ума
рыболовная сеть	сеть магазинов
легкая ноша	легкая промышленность
черный цвет	черный (подсобный) ход
рассчитывать скорость	рассчитывать на другого
горький вкус	одет со вкусом
умеренно-континентальный климат	социально-психологический климат
просторная аудитория	внимательная аудитория
холодный борщ	холодный прием
точка в конце предложения	материальная точка

школьный урок  
железный гвоздь

жизненный урок  
железная воля

**Працягнуце прапанаваныя рады словазлучэнняў. Прапануйце свае варыянты аналагічных словазлучэнняў, прыводзячы прыклады пераноснага значэння слоў. Раствлумачце іх значэнне.**

**4. Запішыце назоўнік, які мае наступнае значэнне:**

уладальнік якой-небудзь маёмасці –  
навука аб законах мыслення –  
план дзейнасці, працы і д. п.  
асноўны колер –  
агульнапрызнанае значэнне, уплыў –  
канчатковы вынік, што завяршае сабой што-небудзь –

**5. Падбярыце беларускія адпаведнікі да наступных тэрмінаў.**

Асіміляцыя, рэстр, дыялект, эліпіс, арфаграфія, сегмент, вербальны, рэпліка, тэндэнцыя, білінгвізм, аналогія, рэзюмэ, рэстаўрацыя, бартар, дэпартацыя, сімптом, кампазіцыя, паўза, прыярытэт, сэрвіс, аратар, дэфіцыт, гуманізм, інцыдэнт, карпарацыя, ландшафт, баталія, індыферэнтны, манера, вакантны, канфідэнцыяльны, контур.

**6. Перакладзіце словазлучэнні на беларускую мову:**

обратиться по адресу –  
излагать бессистемно –  
за истечением срока –  
исполняющий обязанности –  
оказывать влияние –  
играть роль (иметь значение) –  
именуемый в дальнейшем –  
преобладающее большинство –  
понижательная тенденция –  
предстоящая сделка –  
принимать во внимание –  
потребительская стоимость –  
предполагаемая прибыль –  
удивляться чему-нибудь –  
личное дело –

**7. Утварыце складаныя тэрміны з прапанаванамі звязанымі кампанентамі і запішыце іх.**

авія –  
агра –  
аква –  
антра –  
антрапа –  
аўта –  
бія –  
інтэр –  
мана –  
мікра –  
мнема –  
рэнтгена –  
рэтра –  
транс –  
турба –  
тэле –  
тэхна –  
эка –  
экстра –  
этна –

**8. Перакладзіце на беларускую мову выказванні вядомых людзей.**

Когда очевидно, что цель недостижима, не изменяйте цель – изменяйте свой план действий.

Конфуций

Когда мы занимаемся тем делом, которое нам по-настоящему интересно, то мы богатеем дважды.

(Иван Брэндон)

Незрелая личность часто знает, но не умеет. Зрелая не только знает, но и умеет. Поэтому незрелая личность критикует, а зрелая делает.

(Михаил Литвак)

Единственный человек, с которым вы должны сравнивать себя, это вы в прошлом. И единственный человек, лучше которого вы должны быть, это тот, кто вы есть сейчас.

(Зигмунд Фрейд)

Жизнь задыхается без цели.

(Ф. М. Достоевский)

Как же ты меркантилен, мой друг. Запомни: все, что можно купить за деньги – уже дешево.

(Бернард Шоу)

Разумный человек должен довольствоваться тем обществом, которое являет он сам.

(Эмили Бронте)

Есть преступления хуже, чем сжигать книги. Например – не читать их.

(Рэй Брэдбери)

...парадокс чтения: оно уводит нас от реальности, чтобы наполнить реальность смыслом.

(Даниэль Пеннак)

Самое важное – не то большое, до чего додумались другие, но то маленькое, к чему пришёл ты сам...

(Харуки Мураками)

Разглагольствовать о том, что собираешься сделать, – всё равно что хвататься картинками, которых ты ещё не написал. Это не просто дурной тон, это абсолютная утрата лица.

(Джон Фаулз)

То, что сегодня цель, завтра будет отправной точкой.

(Т. Карлейль)

Нужно довольно долго подумать, чтобы принять быстрое решение

(Э. Макензи)

Над чем бы ученые ни работали, у них всё равно получается оружие.

(Курт Воннегут)

Книгу читают с начала до конца. Бизнес ведут противоположным образом. Тут начинают с конца, то есть с цели, и потом делают всё, чтобы её достичь.

(Г. Дженин)

Информация – блюдо не слишком питательное, если в него не добавлен опыт.

(К. Дей)

Мы тонем в информации и задыхаемся от нехватки знаний.

(Дж. Нейзбитт)

Мало иметь хороший ум, главное – хорошо его применять.

(Р. Декарт)

Бесконечность распознаваема, но не познаваема.

(Р. Декарт)

Деятельность – единственный путь к знанию.

(Бернард Шоу)

Слова принадлежат веку, а мысли векам.

(М. Н. Карамзин)

Талант в науке есть прежде всего способность к упорному творчеству.

(Д. С. Лихачев)

И воспитание, и образование неразделимы. Нельзя воспитывать, не передавая знания, всякое же знание действует воспитательно.

(Л. Толстой)

Единственная настоящая роскошь – это роскошь человеческого общения.

(А. де Сент-Экзюпери)

Доказывать человеку необходимость знания – это все равно что убеждать его в полезности зрения.

(М. Горький)

## 9. Запішыце і растлумачце сэнс прыказак.

Кепская снасць адпачыць не дасць.

Добра ўсё ўмець, але не ўсё рабіць.

Што сяльцо, то нараўцо, што хутарок, то гаварок.

Чэшацца, свярбіцца – хочацца разжыцца.

Як ёсць сіла, дык і за мяжой міла.

Шчыраму і чужая болька колка.

Добрыя вочы не баяцца дыму.

Ад паклону галава не балела нікому.

Рахуба – не згуба.

Гразь не сала: пацёр, і адстала.

Разумныя жарты пахвалы варты.

Які Сава, такая і слава.

Разумная галава, ды на дурной шыі.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Сторожев, В. В. Системотехника и мехатроника технологических машин и оборудования : монография / В. В. Сторожев, Н. А. Феоктистов ; под ред. д. т. н., профессора Н. А. Феоктистова – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2015. – 412 с.
2. Шимов, В. Н. Инновационное развитие экономики Беларуси : движущие силы и национальные приоритеты : моногр. / В. Н. Шимов, Л. М. Крюков. – Минск : БГЭУ, 2014. – 199 с.
3. Экономика организаций торговли : учеб. пособие / под ред. Р. П. Валевич, Г. А. Давыдовой. – Минск : БГЭУ, 2010. – 671 с.
4. Информатика для юристов и экономистов / под редакцией С. В. Симоновича. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 688 с.
5. Рудницкий, Д. Б. Маркетинг финансовых и банковских услуг : конспект лекций / Д. Б. Рудницкий. – Витебск : УО «ВГТУ», 2016. – 180 с.
6. Вардомацкая, Е. Ю. Компьютерные информационные технологии : конспект лекций / Е. Ю. Вардомацкая. – 3-е изд. стер. – Витебск : УО «ВГТУ», 2017. – 116 с.
7. Экономика предприятия : учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф. Л. Н. Нехорошевой. – Минск : БГЭУ, 2008. – 719 с.
8. Трусъ, А. А. Психология управления : учеб. пособие / А. А. Трусъ. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 317 с.
9. Бондарева, Т. П. Технология производства тканей : учеб. пособие / Т. П. Бондарева, В. В. Невских. – Минск : Беларус. Энцыкл. імя П. Броўкі, 2011. – 335 с.
10. Сторожев, В. В. Машины и аппараты легкой промышленности : учебник для студ. высш. учеб. заведений / В. В. Сторожев. – Москва : Издательский центр «Академия», 2010. – 400 с.
11. Ковешникова, Н. А. Дизайн : история и теория : учеб. пособие для студентов архитектурных и дизайнерских специальностей / Н. А. Ковешникова. – 4-е изд., стер. – Москва : Омега-Л, 2008. – 224 с.
12. Кирсанова, Е. А. Материаловедение (Дизайн костюма) : учебник / Е. А. Кирсанова [и др.]. – Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 395 с.
13. Практическое пособие по созданию стильных интерьеров / авт.-сост. А. С. Мурзина. – Минск : Харвест, 2007. – 160 с.
14. <http://www.dejurka.ru/articless/font-psychology-influence-the-readers-mind/>  
Режим доступа 25.10.2017

Учебное издание

**БЕЛОРУССКИЙ ЯЗЫК (СПЕЦИАЛЬНАЯ ЛЕКСИКА)**

материалы для перевода  
с русского языка на белорусский

Составитель:

Лебедева Светлана Викторовна

Редактор *Н. В. Медведева*

Корректор *Т. А. Осипова*

Компьютерная верстка *В. С. Гормазова*

---

Подписано к печати 22.11.17. Формат 60x90 1/16. Усл. печ. листов 3.0.  
Уч-изд. лист. 3.0 Тираж 60 экз. Заказ 380

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»  
210038, г. Витебск, Московский пр., 72.

Отпечатано на ризографе учреждения образования

«Витебский государственный технологический университет».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 1/172 от 12.02.2014 г.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 3/1497 от 30 мая 2017 г.