

фektivность отдачи инвестиций в развитие персонала имеет невысокую положительную отдачу, социальную эффективность через показатели текучести кадров и номинальную среднемесячную заработную плату оценить на 5 % и 10 % уровне значимости не удалось.

УДК 658.5

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ МНОГОАССОРТИМЕНТНОГО ПРОИЗВОДСТВА И ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*К.т.н., доц. Скворцов В.А., студ. Омельченко Д.А.
Витебский государственный технологический университет
г. Витебск, Республика Беларусь*

В многоассортиментных производствах с часто сменяемым ассортиментом продукции наибольший экономический эффект достигается за счет применения гибких автоматизированных производственных систем, которые должны обладать способностью с высокой степенью маневренности и минимальными затратами материальных и энергетических ресурсов автоматически перестраиваться на выпуск новой продукции и переработку новых видов сырья, быстро приспосабливаться к изменениям состава и поставок сырья и отгрузки продукции, состоянию технологического оборудования, спроса и рыночных цен на готовую продукцию, обеспечивая при этом высокое качество продукции, ритмичность работы и повышение коэффициента использования оборудования, повышение надежности технологических схем и высвобождение из сферы производства значительного количества обслуживающего персонала.

Экономическое значение создания организационных форм многоассортиментного производства позволяет существенно расширить возможности по выпуску различных видов продукции, делает производство мобильным, маневренным при запуске новых видов продукции в производство, смене ассортимента, причем затраты на переключение значительно меньше, чем в специализированном производстве. Вариация трудоемкости при одновременном изготовлении продукции минимальна ($\pm 10\%$), при последовательном изготовлении различия могут быть значительными. Проектирование многоассортиментного производства заключается в группировке различных процессов по технологическим схемам. На этом этапе оптимальным образом распределяются по технологическим схемам проектируемого производства существующие производства базового ассортимента. Конечная цель задачи оптимального многоассортиментного производства с периодическим способом организации технологических процессов состоит в создании при минимально возможных затратах технологического, аппаратного и организационного обеспечения выпуска продукции как по количеству, так и по ассортименту, наиболее полно удовлетворяющего потребителя. Ввиду структурной и функциональной сложности проектирование нового производственного комплекса должно осуществляться средствами систем автоматизированного проектирования (САПР), учитывающих специфику проектируемого объекта.

Разрешение противоречия (между требованиями развития производства, с одной стороны, и недостатком материальных ресурсов для его проведения) осуществляется в результате двух взаимно дополняющих процессов: совершенствования структуры ассортимента продукции без снижения его потребительской ценности и обеспечения адаптивности существующих или вновь создаваемых производств. Следовательно, ассортимент продукции и производство рассматриваются как взаимодействующие системы, развитие которых определяется единой (общей) целью: обеспечение заданной потребительской ценности продукции при минимальных затратах на ее производство. Поэтому эффективность многоассортиментного производства

должна оцениваться с учетом народнохозяйственного эффекта от изготовления и применения такой продукции.

При этом управление ассортиментом должно обеспечить деятельность соответствующих служб предприятия по контролю, анализу и принятию управленческих решений в области маркетинга, сбыта и производства с целью адаптации ассортимента продукции к потребностям покупателей.

УДК 316.6

РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

К.т.н., доц. Сысоев И.П., студ. Кучинская Н.А.

Витебский государственный технологический университет

г. Витебск, Республика Беларусь

Речевая культура характеризует искусство владения арсеналом речевых средств и накладывает определенные ограничения на речевые возможности, обязывая в соответствующих условиях неукоснительно их соблюдать в процессе общения.

Деловые контакты во многом зависят от того, насколько деловой человек владеет своим языком, умеет разговаривать, подчиняя свою речь поставленной задаче – донести до своих собеседников свои деловые предложения, заинтересовать их, убедить в реальности; правильно воспринять отношение ваших партнеров к высказанным предложениям; выработать совместные решения на основе взаимных договоренностей.

Исследования показывают, что основными показателями качества деловой речи являются: краткость, ясность, точность, чистота, правильность, оригинальность, понятность, выразительность, впечатляющая сила и убедительность.

Речевая культура основана на применении трех основных аспектов: ортологического, коммуникативного и этического. Ортологический аспект (ортология – наука о правильной речи, о языковых нормах) выступает в сознании говорящего и пишущего как норма, образец, по которому строится слово, предложение, высказывание. При этом нормы формируются под влиянием литературного творчества и речевой практики нации и являются неперенным условием единства языка и нормального функционирования языковой системы.

Коммуникативный аспект речевой культуры рассматривает и представляет собой нормативный аспект языка документов и устной деловой речи, что в современных условиях для делового человека особенно важно. Язык располагает огромным арсеналом средств. Они должны использоваться с учетом сферы, ситуации, задач и жанра речи и быть мобилизованы на достижение коммуникативной цели.

Этический аспект речевой культуры представлен специальными речевыми средствами регулирования социальных и межличностных отношений: речевые этикетные формулы, этикетные тексты и правила их использования, а также правила речевого поведения в различных условиях. Этикетные нормы поведения носят национальный характер. Деловое общение очень часто не просто включает этический аспект речевой культуры, но с необходимостью предусматривает его. В практике существуют особые этикетные жанры делового общения: выражение соболезнования, благодарности, поздравления. Поэтому деловые люди обязаны хорошо знать и адекватно использовать средства речевого этикета, что позволит добиться успеха в результате делового общения.

В современных условиях развития общества в сферу коммерческих и административно-правовых отношений влились огромные массы самых различных по культурному, образовательному уровню и социальному статусу людей. Естественно, что они являются носителями различных типов внутринациональных речевых культур.