

Высокая речевая культура делового человека проявляется в знании требований, предъявляемых к языку документов, и умении выбрать из богатейшего арсенала речевых средств деловой письменной речи необходимые для составления текста, вести деловую беседу, уметь убеждать в своей правоте.

УДК 658.51

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ И СООТНОШЕНИЯ «ЗАТРАТЫ – ОБЪЕМ – ПРИБЫЛЬ»

*К.т.н., доц. Суворов А.П., студ. Маврыкин Е.С.
Витебский государственный технологический университет
г. Витебск, Республика Беларусь*

При планировании производственной деятельности часто используют анализ «затраты – объем – прибыль». Если определен объем производства, то в соответствии с портфелем заказов благодаря этому анализу можно рассчитать величину затрат и продажную цену, чтобы организация могла получить определенную величину прибыли. Иначе говоря, анализ «затраты – объем – прибыль» позволяет получить ответ на вопрос, что мы будем иметь, если изменится один параметр производственного процесса или несколько таких параметров.

Анализ «затраты – объем – прибыль» – это анализ поведения затрат, в основе которого лежит взаимосвязь затрат, объема производства, выручки (дохода) и прибыли. Это инструмент управленческого планирования и контроля. Указанные взаимосвязи формируют основную модель финансовой деятельности, что позволяет менеджеру использовать результаты анализа по данной модели для краткосрочного планирования и оценки альтернативных решений.

Анализ соотношения «затраты – объем – прибыль» – один из самых мощных инструментов, имеющихся в распоряжении менеджеров. Он помогает им понять взаимоотношения между ценой изделия, объемом или уровнем производства, прямыми затратами на единицу продукции, общей суммой постоянных затрат, смешанными затратами и прибылью. Он является ключевым фактором в процессе принятия многих управленческих решений. Эти решения касаются вопросов определения ассортимента выпускаемых изделий, объема производства, типа маркетинговой стратегии и т. д. Благодаря такому широкому спектру применения анализ «затраты – объем – прибыль», несомненно, является лучшим средством управления, чтобы добиться максимально возможной в данных условиях прибыли организации.

Анализ «затраты – объем – прибыль» позволяет отыскать наиболее выгодное соотношение между переменными затратами, постоянными затратами, ценой и объемом производства продукции. Главная роль в выборе стратегии поведения предприятия принадлежит маржинальной прибыли. Очевидно, что добиться увеличения прибыли можно, увеличив величину маржинальной прибыли. Достичь этого возможно разными способами: снизить цену продаж и соответственно увеличить объем реализации; увеличить постоянные затраты и увеличить объем; пропорционально изменять переменные, постоянные затраты и объем выпуска продукции.

Анализ «затраты – объем – прибыль» часто называют анализом величин в критической точке. Под критической точкой понимается та точка объема продаж, в которой затраты равны выручке от реализации всей продукции.

Цель анализа величин в критической точке состоит в нахождении уровня деятельности (объема производства), когда выручка от реализации становится равной сумме всех переменных и постоянных затрат, причем прибыль организации равна нулю, то есть это тот объем продаж, при котором предприятие не имеет ни прибыли, ни убытка. Таким образом, критической является точка, с которой организация начинает зарабатывать прибыль. Эту точку называют

также точкой безубыточности, или точкой равновесия. В литературе часто можно встретить обозначение этой точки как точки рентабельности.

УДК 152.2

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ЛИДЕРСТВО И РУКОВОДСТВО

Ст. преп. Зайцева О.В., студ. Савостьянова А.О.

Витебский государственный технологический университет

г. Витебск, Республика Беларусь

Эмоциональный интеллект является одним из важных факторов эффективного управления в тех аспектах данной деятельности, которые напрямую связаны с явлением межличностных отношений в организации. Таким образом, анализ проблемы эмоционального интеллекта приобретает особую научную и научно-прикладную актуальность с точки зрения явления лидерства в организации.

Понятие «эмоциональный интеллект» многозначное и сложное. Он складывается из массы разных качеств, часто трудно определяемых, которые проявляются: в высоком уровне понимания себя, в способности слышать и понимать других людей, предвидеть их поведение, контролировать свои и чужие эмоции, в умении принимать правильные решения, способности влиять, формировать и мотивировать команду на достижение цели и т. д.

Одно из важных проявлений эмоционального интеллекта – умение адекватно оценивать собственные возможности и ограничения, максимально эффективно использовать свои сильные качества и стараться нивелировать слабые стороны.

Эмоциональный интеллект состоит из четырех компонентов:

1. Самовосприятие (это способность прислушиваться к своим внутренним чувствам, осознавать свои сильные и слабые стороны, пределы своих возможностей).

2. Управление собой (объективное представление о своих сильных и слабых сторонах, способность прислушиваться к своим эмоциям позволяют повысить уровень самоконтроля).

3. Социальная восприимчивость (понимание своих эмоций и контроль над ними помогают развить навык сочувствия и сопереживания окружающим людям).

4. Управление отношениями (это умение использовать свою способность воспринимать эмоции (как собственные, так и чужие), чтобы эффективно выстраивать отношения, это способность оказывать влияние на людей: от умения выбрать верный тон при обращении к конкретному слушателю до способности привлечь на свою сторону заинтересованных лиц и добиться массовой поддержки своей инициативы) [1].

Высокие результаты в этих категориях гарантируют лидерам достижение максимально комфортных и гармоничных отношений с окружающими, уважение и доверие своих сотрудников, а значит – неизменный успех в управлении и руководстве.

Если IQ с возрастом снижается, то эмоциональный интеллект продолжает совершенствоваться на протяжении всей жизни. И руководитель, который работает над развитием своего эмоционального интеллекта, добивается высочайших результатов. Выбор верных принципов требует от лидера владения высоким эмоциональным интеллектом – это кажется само собой разумеющимся, но нечасто встречается на практике.

Список используемой литературы

1. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта / Дэниел Гоулман, Ричард Бояцис, Энни Макки; пер. с англ. – 3-изд. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 301 с.