**Содержание**

ВВедение 2

1.Жизненный цикл организации 3

Основные этапы жизненного цикла организации 5

Характерные черты этапов 8

2.Законы социальной организации 12

Законы организации компаний 13

Законы организации людей 14

3.Основополагающие Законы 16

Закон синергии 16

Закон самосохранения 18

Закон развития 21

4.Законы второго уровня 25

Закон информированности- упорядоченности 25

Закон единства анализа и синтеза 29

Закон гармонии 33

5.Влияние законов теории организации на жизнедеятельность ООО Jason 36

Заключение 49

Список литературы 51

Введение

 В последние десятилетия изучение организаций и их поведения стало главной задачей исследований, проводимых совместно представителями нескольких научных дисциплин. Изучение организаций постепенно превратилось в самостоятельную научную область- теорию организации.

Управленческая деятельность в социальной организации всегда связана с риском невыполнения намеченных планов и принимаемых решений. Менеджмент- это управление рисками. Это управление не возможно без знания законов, регламентирующих функционирование социальных организаций, и механизм их действия. Знание этих законов позволяет осуществить эффективное управление рисками, выбирать варианты достижения поставленной цели, наиболее оптимальное с точки зрения материальных и временных затрат при наиболее рациональном использовании социально-психологического ресурса членов коллектива.

Законы играют решающую роль в теории организации, поскольку они образуют фундамент этой дисциплины, способствуют переходу от эмпирического к логическому методу познания, позволяют использовать в процессах управления конкретными организациями научно обоснованные методы предсказания дальнейшего развития событий.

Изучение социальных законов дает возможность менеджменту составить представление о возможных путях достижения поставленной цели, полагаясь не только на собственный опыт и интуицию, но и с учетом опыта, накопленного человечеством за многовековую историю развития организационных систем.

**1. Жизненный цикл организации**

Организации зарождаются, развиваются, добиваются успехов, ослабевают и в конце концов прекращают свое существование. Немногие из них существуют бесконечно долго, ни одна не живет без изменений. Новые организации формируются ежедневно. В то же время каждый день сотни организаций ликвидируются навсегда. Умеющие адаптироваться – процветают, негибкие – исчезают. Какие-то организации развиваются быстрее других и делают свое дело лучше, чем другие. Руководитель должен знать, на каком этапе развития находиться организация, и оценивать, насколько принятый стиль руководства соответствует этому этапу. Фирма - это реально существующее, но преходящее и “смертное” образование, которое функционирует не просто во времени, но *в определенных временных рамках.* Эти временные рамки могут “сжиматься” и “растягиваться” в зависимости от конкретного временного интервала (периода), в котором существует определенная фирма (от дней и месяцев до десятков и даже сотен лет). При внимательном рассмотрении поведения “долгоживущей” фирмы можно заметить, что процессы, в ней протекающие, развиваются *циклически.* Собственно говоря, этот вывод не является неожиданным. Если мы приглядимся к формам неживой, живой и общественной материи, то либо обнаружим цикличность в чистом виде, либо увидим, что формы материи развиваются в основном *поступательно и это развитие идет по спирали: от простых форм к более сложным, к отрицанию отрицания в конечном итоге.* Но что такое эти витки раскручивающейся спирали? - Последовательно сменяющие друг друга *циклы.* Экономическая жизнь развивается циклически. Это доказано и эмпирически, и теоретически. Именно поэтому широко распространено понятие *жизненного цикла организации* как предсказуемых изменений с определенной последовательностью состояний в течение времени. Применяя понятие жизненного цикла, можно видеть, что существуют отчетливые этапы, через которые проходят организации, и что переходы от одного этапа к другому являются предсказуемыми, а не случайными.

Жизненный цикл организации непосредственно и теснейшим образом связан с *жизненным циклом продукции –* временным интервалом, включающим в себя несколько стадий, каждая из которых отличается особым характером процесса изменения объема производства во времени. Следует различать: полный жизненный цикл продукции; жизненный цикл продукции в сфере производства; жизненный цикл продукции в сфере потребления. Полный жизненный цикл продукции включает время создания, продолжительность выпуска и время эксплуатации изделий потребителями. Это понятие используется для планирования маркетинга и снабженческо-сбытовой деятельности, организации послепродажного обслуживания изделий, выбора адекватных форм управления и создания необходимых структурных звеньев.

Концепции жизненного цикла уделяется большое внимание в литературе по изучению рынков. Жизненный цикл используется для объяснения того, как продукт проходит через этапы рождения или формирования, роста, зрелости и упадка. Организации имеют некоторые исключительные характеристики, которые требуют определенной модификации понятия жизненного цикла. Один из вариантов деления жизненного цикла организации на соответствующие временные отрезки предусматривает следующие этапы (рис 1):

1. *Этап предпринимательства.* Организация находиться в стадии становления, формируется жизненный цикл продукции. Цели являются еще нечеткими, творческий процесс протекает свободно, продвижение к следующему этапу требует стабильного обеспечения ресурсами.
2. *Этап коллективности.* Развиваются инновационные процессы предыдущего этапа, формируется миссия организации Коммуникации в рамках организации и ее структура остаются, в сущности, неформальными. Члены организации затрачивают много времени на развитие механических контактов и демонстрируют высокие обязательства.
3. *Этап формализации и управления.* Структура организации стабилизируется, вводятся правила, определяются процедуры. Упор делается на эффективность инноваций и стабильность. Органы по выработке и принятию решений становятся ведущими компонентами организации. Возрастает роли высшего руководящего звена организации, процесс принятия решений становиться более взвешенным, консервативным. Роли уточнены таким образом, что выбытие тех или иных членов организации не вызывает для нее серьезной опасности.
4. *Этап выработки структуры.*  Организация увеличивает выпуск продукции и расширяет рынок оказания услуг. Руководители выявляют новые возможности развития. Организационная структура становится более комплексной и отработанной. Механизм принятия решений децентрализован.
5. *Этап упадка.* В результате конкуренции, сокращающегося рынка организация сталкивается с уменьшением спроса на ее продукцию или услуги. Руководители ищут пути удержания рынков использования новых возможностей. Увеличивается потребность в работниках, особенно наиболее ценных специальностей. Число конфликтов нередко увеличивается. К руководству приходят новые люди, предпринимающие попытки сдержать тенденцию к упадку. Механизм выработки и принятия решений централизован.

*Рис.1.*

***Основные этапы жизненного цикла организации***

 ЭФФЕКТИВНОСТЬ Зрелость

 Упадок

 Рост

 Создание

 Годы

## Этап предприниматель- Этап коллектив- Этап формализа- Этап выработки Этап упадка:

**ства : ности: ции и управления: структуры : -в**ысокая текучесть

**-**  нечеткие цели - неформальные - формализация - усложнение кадров

- высокие творческие общение и струк- правил структуры -возрастающие

 возможности тура - стабильная - децентрализация конфликты

 -высокие обяза- структура - диверсифициро-

 тельства - упор на эффек- ванные рынки

 тивность

При создании организации, когда творческий процесс протекает свободно, проявляется стремление к стабильному и устойчивому развитию. При этом решаются две задачи – обеспечение доступа к необходимым ресурсам и овладение механизмом конкуренции. Ключевую роли здесь играет анализ ситуации, получение объективной информации. Для анализа ситуации используем таблицу (табл.1)

Таблица 1.

***Анализ ситуации на стадии создания организации:***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Направления и этапы** | **Цель**  | **Методы** | **Результаты** |
| 1. Выбор товара и услуги
 | Определить нишу на рынке | Изучить объем продаж и удовлетворяемость спроса (емкость рынка), а также возможность вытеснения товара с рынка | Возможный объем продаж товара |
| 1. Оценка действий конкурентов
 | Определить возможности конкурентов для занятия данной ниши на рынке | Изучить работу аналогичных предприятий: их технологию, организацию, качество продукции, затраты, снабжение, сбыт, исследования и инфраструктурные связи | Доминирующий фактор конкуренции |
| 1. Анализ схемы предпринимательства
 | Определить требуемые ресурсы и возможность их получения | Изучить возможности создания технологии (или приобретения, установки оборудования, его пуска и эксплуатации), обеспечения сырьем материалами, помещениями, услугами, капиталом | Формирование всей системы исходных условий и предпосылок |
| 1. Анализ общего окружения
 | Определить значимость внешних факторов | Изучить состояние государственно-политических, экономических, технологических и иных факторов. Определить характер тенденций их развития и ожиданий | Неопределенность значений факторов. Стабильность значений факторов. Темпы изменений значений факторов |

Переходя к созданию условий для экономического роста, к обеспечению высокого качества товаров и услуг, организация должна выбрать тип управления, отвечающий особенностям и задачам этого этапа. Этот выбор предопределяется условиями, показанными в таблице (табл. 2)

Таблица 2.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Тип управления** |
| **Характеристики** | **Оперативный** | **Стратегический** |
| Основное назначение | Максимизация прибыли | Максимизация прибыли с учетом интересов социума |
| Основной способ достижения цели | Оптимизация использования внутренних ресурсов | Установление динамического баланса с неопределенным и нестабильным окружением |
| Важность фактора времени | Не самый важный фактор в конкуренции | Важнейший фактор в конкурентной борьбе |
| Краткосрочная оценка эффективности  | Прибыльность | Точность предвидения изменений во внутренней среде и время адаптации к изменениям во внешней среде, качество товаров и услуг |
| Отношение к персоналу | Работники - один из ресурсов организации | Работники - важнейший ресурс организации |

Главным же критерием при выборе типа управления должно быть поддержание стабильного баланса между постоянством и новшествами, осуществление эффективной деятельности настоящем с одновременным планированием будущего.

Зрелость организации проявляется в том, что упор делается на эффективность инноваций и стабильность, увеличивается выпуск продукции и расширяется рынок оказания услуг, руководители выявляют новые возможности организационного развития. Все это нацеливается на обеспечение стратегической дееспособности организации, сохранение и упрочение устойчивого положения на рынке. На стадии зрелости особенно важно периодически и своевременно корректировать структуру управления организации, упразднять органы, выполнившие свою задачу, своевременно вводить в структуру новые подразделения, идти на создание временных целевых структурных единиц для решения определенных проблем, выделять специалистов для проведения анализа состояния дел и разработки перспектив развития и т.п.

Концепция жизненного цикла указывает на наиболее характерные симптомы развала организации, проявляющиеся на стадии упадка. К ним, в частности, относятся:

* Снижение спроса ужесточает конкуренцию и усложняет ее формы;
* Увеличивается конкурентная сила поставщиков;
* Повышается роль цены и качества в конкурентной борьбе;
* Возрастает сложность управления приростом производственных мощностей;
* Усложняется процесс создания товарных инноваций;
* Снижается прибыльность

**Каждый из этапов несет характерные черты:**

**Детство**

Это опасный период, поскольку наибольшее количество неудач происходит в течение первых лет после возникновения организации. Из мировой статистики известно, что огромное число организаций небольшого масштаба терпят неудачу из-за некомпетентности и неопытности руководства. Каждое второе предприятие малого бизнеса терпит крах в течение двух лет, четыре из пяти предприятий – в течение пяти лет своего существования. Задачей этого периода является достижение быстрого успеха, а его целями- здоровое существование и развитие, а не простое выживание. Нередко вся работа выполняется на пределе возможностей, чтобы не потерять темп возрастающего успеха. Управление осуществляет деятельным и подготовленным руководителем и его первичной командой.

**Отрочество**

Во время этого переходного периода рост организации осуществляется, как правило, несистематично, рывками. Организация все больше набирает силу, однако координация проводиться ниже оптимального уровня. Более организационные процедуры постепенно заменяют рискованную страсть к успеху. Налаживается планирование, разработка бюджетов, прогнозов. Расширяется прием на работу новых специалистов, что вызывает трения с прежним кадровым составом. Основатели организации вынуждены больше выполнять роль непосредственных руководителей, а не предпринимателей, проводя систематическое планирование, координацию, управление и контроль.

**Ранняя зрелость**

Отличительные признаки этого периода- экспансии, дифференциация и, возможно, диверсификация. Образуются структурные подразделения, результаты деятельности которых измеряются полученной прибыли. Используются многие общепринятые методы оценки эффективности, должностные инструкции, нормы производительности, экспертиза, организация обучения и развития. Однако начинают проявляться тенденции к бюрократизму и борьбе за власть, местничеству и стремлению добиваться успеха любой ценой.

**Расцвет сил**

Имея в правлении акционеров, организация ставит на данном этапе цель сбалансированного роста. Структура, координация, стабильность и контроль должны иметь такое же значение как и инновации, совершенствование всех частей организации и децентрализация. Новая продукция, рынок сбыта и технологии должны быть управляемы, а квалификационные навыки управленческого персонала - более оточены. С ускорением темпов роста по сравнению с предыдущими стадиями организация нередко переоценивает свои успехи и возможности.

**Полная зрелость**

Имея компетентное, но не всегда ответственное руководство, организация действует практически сама по себе. Несмотря на то, что уровень доходов вполне приемлемый, темпы роста замедляются. Организация может отклоняться от своих первоначальных целей под влиянием общественного мнения. Вместе с тем слабости слишком очевидны. Эти симптомы нередко игнорируются руководством.

**Старение**

Этот этап никогда бы не наступил, если бы руководство организации постоянно сознавало необходимость обновления. Конкуренты претендуют на долю организации на рынке. Бюрократическая волокита, не всегда обоснованная стратегия, неэффективная система мотиваций, громоздкая система контроля, закрытость к новым идеям - все это, вместе взятое, создает условия для «закупорки артерий ». Как показывает практика, очень трудно остановиться и прекратить выполнение непродуктивной работы. Она вынуждена либо принять жесткую систему обновления, либо погибнуть как самостоятельная структура, влившись в приобретающую ее корпорацию. Организация откатывается назад и вновь начинается борьба за ее выживание.

**Обновление**

Организация в состояние подняться из пепла как Феникс. Это может сделать новая команда руководителей, уполномоченных на проведение реорганизации и осуществление плановой программы внутреннего организационного развития.

Многочисленные исследования показывают, что организации в течение жизненного цикла уверенно *развиваются,* когда имеют обоснованную стратегию и эффективно используют ресурсы; *перестраиваются*, когда перестают отвечать избранным целям; *погибают,* когда оказываются неспособными выполнять свои задачи.

На *стадии создания* организации руководитель должен:

* Тщательно изучить потребительский спрос на данную продукцию или услуги на конкретных рынках;
* Собрать и оценить информацию о деятельности намерениях конкурентов, сопоставить ее с возможностями, наличными ресурсами и стратегией компании;
* Взвесить необходимость и целесообразность увеличения потенциала компании и внесения соответствующих коррективов в ее стратегию;
* Принять необходимые меры по привлечению дополнительных ресурсов за счет внутренних и внешних источников;
* Рационально организовывать управленческий процесс, включая расстановку кадров, создание системы ответственности, надежный механизм принятия решений, систему мотиваций и стимулов;

На *стадии роста* организации на первый план в деятельности руководителя выступают:

* Решение социальных проблем коллектива, позволяющие закреплять и развивать заинтересованность работников;
* Обеспечение баланса между текущей и инновационной перспективной деятельностью, между повышением качества выпускаемой продукции и услуг и поиском новых сфер приложения капитала;
* Оптимизация соотношения между централизаций и децентрализацией в управлении компанией, внедрение прогрессивных структур управления, информационных технологий и т.п.

На *стадии зрелости* руководитель организации должен:

* Систематически и в первоочередном порядке следить за поведением конкурентов и в необходимых случаях вносить изменения в перспективные планы организации;
* Проанализировать необходимость и возможности технического перевооружения производства, повышения уровня технологической и конструкторской подготовки производства;
* Совместно с потребителями определять производственную и научно-техническую политику организации;
* Создать необходимые условия для поддержания и укрепления интеллектуального потенциала организации, эффективной работы целевых команд, использования матричных структур и т.п.

На *стадии упадка* организации происходит определенная централизация управления компанией и в этих условиях руководитель:

* Рассматривает возможности экономии всех видов ресурсов и сосредоточения деятельности компании на направлении, которое сулит наибольшую отдачу в кратчайшие сроки;
* Изучает возможности слияния с другими компаниями, сужения номенклатуры производимой продукции, если это позволит сохранить и эффективно использовать имеющийся потенциал при минимальных потерях;
* Приступает к осуществлению изменений в организации и методах управления предприятием, в установлении связей с новыми рынками и поставщиками.

**2.1. Законы социальной организации**

Специфические законы базируются на эффективном использовании составляющих из законов в области функционирования компаний и людей. В рамках компании имеются две группы законов организации: для руководителя и индивидуума. Законы социальной организации являются составной частью организации, как системы.

Отношения между компанией, подчиненными и руководителями в большей части стандартизированы в виде кодексов, правил и норм. Однако многие нюансы организационных отношений не отражены в нормативных документах либо в силу их новизны, либо в силу трудности. Соотношение формализованных коммуникаций и неформальных отношениях руководителя с другими людьми в организациях должно заранее определяться. Характер служебных отношений в компаниях определяется инструкциями, уставами, положениями о внутреннем распорядке, установившимися порядками, подписанными контрактами. Характер неформальных отношений определяется чувствами людей друг к другу- симпатиями и антипатиями, общими интересами и потребностями, договоренностями и традициями.

Руководители большинства компаний в основном заботятся о формализованной стороне отношений, считая, что этого достаточно для достижения организационного порядка. Однако неформальные отношения работников вносят некоторые изменения в спроектированный организационный порядок, ослабляя или усиливая его. Поэтому неформальные отношения также должны быть объектом управления через профсоюзные. Женские и молодежные организации. гармония формальных и неформальных отношений дает возможность наилучшим образом реализовать потребности и интересы людей, что очень выгодно для компании.

**Совокупность законов социальной организации можно представить следующим образом:**

*Рис. 2. Система законов социальной организации*

***Законы организации компаний***

**Законы своеобразия**: *«Для каждой компании существует наилучшая и только ей присущая структура производства и управления».* Любая компания имеет некоторые особенности использования технологического оборудования, профессионализма и личностных качеств персонала, порядков традиций отношений между работниками. Эти особенности в совокупности определяют компанию как маленькое общество, которое имеет свою историю, культуру, технологическую философию и персоналию. Для осуществления их гармонического взаимодействия и служит единственная, наиболее подходящая к ним организационная структура управления производства.

**Закон социальной гармонии**: *«Для каждой компании развитие социальной сферы увеличивает производительность труда работников, как за счет повышения эмоционального уровня работника (улучшается качество продукции), так и за счет активизации его трудовой деятельности (повышается производительность труда)».*

В социальную сферу деятельности компании входит выполнение функции социального развития коллектива. В отличие от технологических, функция социального развития коллектива играет большую объединяющую роль. Обычно управленческие и технологические функции компании ограничиваются рамками отдела, цеха и других формальных структур, а функция социального развития охватывает весь коллектив. Это позволяет улучшить общение работников разных подразделений, что часто приводит к появлению новых технологических идей, полезных для компании.

***Законы организации людей***

**Закон оптимальной загрузки**: *«Для каждого человека существует оптимальный объем загрузки работой, при котором в полной мере раскрываются его способности и возможности».*

В компаниях трудятся люди с разным образованием, опытом, здоровьем и темпераментом. Время качество выполняемых работ зависит как от их объема и сложности, так и от личностных особенностей человека. Очень большой объем работы может сразу напугать работника и вместо мобилизирующего фактора выступит тормозящий. Сковывающий дальнейшую деятельность человека. Малый объем работы расхолаживает человека и заставляет его искать другие виды деятельности, что не всегда идет на пользу компании и самому человеку. Для каждого работника можно найти область эффективной деятельности:

* с помощью различных методов тестирования
* по результатам - за счет использования методики «мелких шагов». Эта методика заключается в том, что для каждого работника руководитель выбирает ориентировочный объем работы, который тот может выполнить в течение недели. Если работник уверенно справился с заданием, то руководитель увеличивает объем задания на 10%, если не справился, то задание уменьшается на 10%. Такой прием повторяется многократно до достижения наилучших результатов.

**Закон эффективного восприятия и запоминания информации**: *«Процессы восприятия и запоминания информации человеком реализуются наиболее эффективно, если они приближены к процессу его мышления».*

Особенности мышления человека проявляются в двух типах: образности или алгоритмичности. Образное мышление- это представление каких-либо событий в виде изобразительных, ярких, а возможно и одушевленных эквивалентах. Алгоритмическое мышление основано на логике представления и развития реальных событий. Каждый человек обладает преимущественно тем или другим типом мышления. Во всех случаях используется система индивидуальной «прочной памяти». В теории управленческих мышлений существует две группы методов разработки управленческих решений- образные и логические. К образным относятся эвристический, сценариев и дерева решений, а к логическим - аналитический, статистический, экспертный и теоретико-игровой. Таким образом, руководитель должен индивидуально подходить к каждому работнику и советовать ему использовать соответствующую методику для запоминания информации и разработке решений.

**Закон эффективного осмысления***: «Эффективное осмысление нового возможно при наличии у человека большого объема знаний или информации по данной тематике».*

Руководитель, желающий развития своей компании, не должен жалеть средств на повышение квалификации своих наиболее перспективных сотрудников, так как знания и информация всегда дают наибольшую отдачу.

**Закон установки**: *«Любой человек воспринимает наиболее полно ту информацию, на которую он настроился, к которой он приготовился».*

Избирательность в информационном поле характерна для человека. Поэтому руководителю необходимо заранее настраивать работников на соответствующую информацию, оповещать их о тематике собрания, возможных предложениях и решениях. Всякая дополнительная информация, не относящаяся к объявленной области, не воспринимается.

**Закон устойчивости информации**: *«Первая информация о каком-либо событии, поступившая человеку, является более устойчивой, чем повторная о том же событии».*

Первая информация о событии обычно не встречает в сознание человека сопротивления и спокойно запоминается, следующая о том же событии уже сопоставляется с первой и здесь возможны конфликты. Поэтому руководитель должен вовремя доводить до подчиненных достоверную информацию о каком-либо процессе или явлении, чтобы опередить ложную или непроверенную.

**Закон доходчивости информации**: *«Доходчивость сообщения для человека будет выше при одновременном использовании нескольких форм подачи одной и той же информации».*

Одновременное использование образных и алгоритмических способов подачи информации позволяет человеку выбрать ту форму подачи, которая соответствует его типу мышления. Поэтому руководитель должен использовать различные сочетания форм подачи материала для подчиненных, например, слова, расчеты, плакаты, образцы.

**2.2. Основополагающие законы**

***Закон синергии***

Одним из ведущих общих законов организации является закон синергии, утверждающий, ***что для любой организации существует такой набор элементов, при котором ее потенциал будет всегда либо больше простой суммы потенциалов, входящих в нее элементов, либо меньше.***

Следовательно, руководитель, знаю суть этого закона, должен определить оптимальный набор элементов, при котором синергия носила бы созидательный характер. Причем желаемый деятельный тип организации можно сформировать не из любого набора элементов. Важно учитывать социокультурные характеристики индивидов, их трудовую добросовестность, профессионализм, склонность к инновационным изменениям. Это означает, что именно элементы при соответствующих условиях способны сформировать потенциал организации. Однако достаточно трудно заранее определить необходимые ресурсы и условия их использования для достижения синергии. Это можно делать либо приобретая собственный опыт в процессе перебора различных ресурсов в деятельности компании и дальнейшего отслеживания экономического или социального результата, либо используя опыт успешных компаний.

На практике эффект положительной и отрицательной синергии проявляется достаточно редко. Это объясняется очень редким сочетанием высочайшего управленческого профессионализма руководителя и длительного периода удачи.

Оценка синергетического эффекта может идти косвенно – как части экономической, социальной, организационной, технологической, экологической, правовой или идеологической эффективности. Прямые методы оценки синергетического эффекта находятся в стадии разработки. Набор ситуаций, в какой-то мере характеризующих приближение деятельности компании к синергетическому эффекту приведен ниже:

* Длительная и качественная работа оборудования без поломок
* Использование замороженных ресурсов, в том числе находящихся в личном пользовании
* Доверительные отношения между сотрудниками
* Снижение простудных и сердечно-сосудистых заболеваний
* Поддержка коллективной, а не сдельной оплаты труда
* Соотношение разработанных и принятых для внедрения рационализаторских предложений и изобретений
* Уменьшение объема услуг сторонних организаций
* Рост числа предложений по совершенствованию производства и управления
* Стимулирование интереса работников к повышению профессионального образования
* Активное приобретение сотрудниками акций своей компании
* Выработка и поддержка традиций организации
* Усиление технологической и организационной дисциплины
* Усиление лояльности к своей организации и непосредственному руководству
* Сокращение количества оперативных совещаний и увеличение количества стратегических
* Снижение усталости работников
* Устойчивость организации к небольшим внешним возмущающим воздействиям
* Благотворительная деятельность
* Постоянный спрос на продукцию
* Хорошее настроение в коллективе

Руководитель должен стремиться усиливать имеющиеся положительные ситуации и формировать недостающие.

Для успешной реализации закона синергии необходимо использовать методы организации и самоорганизации, управления и само управления. Среди них: «вопросы и ответы», «конференция идей», «метод эвристического прогнозирования».

Метод **«вопросов и ответов»** наиболее прост в организационном исполнении. Его реализация может быть частично формализована с помощью компьютера путем создания информационной базы вопросов трех уровней:

* Вопросы, на которые есть практические ответы и известны конкретные результаты- это прошлый опыт
* Вопросы, на которые есть ответы, но мало конкретных результатов или они не подтверждены независимыми источниками
* Вопросы, которые ставятся по новым проблемам и на них еще нет ответов.

Путем коллективного тренинга по первому и второму уровням вопросов можно прийти к решению и ряда вопросов третьего уровня.

Перспективным является метод **«конференции идей»**, в основе которого лежит стимулирование процесса мышления на уровне сознания. Основные принципы данного метода следующие:

* Число участников в пределах 3-9
* Запрещаются насмешки, критика, в том числе и позитивная
* Для обсуждения формулируются 1-2 зависимые друг от друга задачи
* Продолжительность конференции 30-50 минут
* Ведется запись всех предложений, в том числе и абсурдных

Затем через 1-2 недели специалисты компании анализируют все предложения более внимательно. Технология данного метода включает следующие этапы:

* Тренировка генерации коллективных идей по заранее заданным проблемам
* Изучение возможностей участников тренинга
* Корректировка состава участников генерации идей
* Генерация участниками идей по новым проблемам
* Обсуждение предложенных идей

Метод **«эвристического прогнозирования»** основан на обсуждении прогнозных решений высококвалифицированными специалистами в узких областях техники, технологии, производства. Каждый специалист, опираясь на свою компетентность, оценивает предлагаемое решение, а возможно и совершенствует его. В результате глубокого профессионального анализа каждой стороны вариантов решений выявляется лучшее, а возможно и формулируется в ходе обсуждения совершенно новое. Этот метод является плодотворным в случае отсутствия алгоритмического подхода к выработке наилучшего решения.

***Закон самосохранения***

Все в мире подчиняется писанным и неписанным законам. Это касается как естественных организаций, так и искусственных. Организации созданные человеком называются искусственными. Искусственные организации, так же как и естественные функционируют в сложных условиях: есть отношения дружеские, есть враждебные, есть и нейтральные. В деятельности каждой реальной организации бывали ситуации, когда они по разным причинам оказывались на грани существования. Одни из них в таких ситуациях были ликвидированы, другие,- изыскав ресурсы и, преодолев трудности, успешно восстановили свою репутацию и сейчас доминируют на мировом рынке. Руководитель должен правильно оценить общее положение в компании и ситуацию, складывающуюся вокруг компании, чтобы принять решение о ее дальнейшей судьбе. Теоретической основой для анализа общего состояния организации является закон самосохранения, согласно которому *любая организационная система, равно как и ее отдельный элемент, стремятся сохранить себя как целое, и использует для достижения этого весь свой потенциал.*

Самосохранение организации зависит от внешней и внутренней среды, от внешних и внутренних факторов.

**Внутренние факторы:**

- философия организации,

- принципы ее деятельности,

- уровень квалификации персонала,

- эффективность реализации мотивов и стимулов, потребностей и интересов работников,

- использование ресурсов и технологии,

- уровень коммуникаций,

- степень сочетания функций и структуры управления,

- качество и уровень реализации маркетинга.

**Внешние факторы:**

- социальная, демографическая и психологическая обстановка в стране,

- экономическая и политическая ситуация,

- покупательская способность населения,

- состояние развития науки и технологии,

- уровень культуры, в том числе культуры взаимодействия между организациями.

Внутренние факторы в основном управляемы со стороны руководителя, а внешние- нет. Профессионально формируя внутренние факторы деятельности компании, руководитель может существенно повысить созидательный потенциал организации. Для этого необходимо:

1. Совершенствовать социально-психологический климат в коллективах
2. Добиваться оптимального сочетания структуры и выполняемых функций
3. Развивать инновационную деятельность
4. Постоянно повышать профессионализм персонала
5. Иметь хорошую информационную сеть связи с клиентами, поставщиками и потребителями
6. Создавать союзы взаимного страхования с аналогичными организациями
7. В уставном капитале организации увеличивать долю ликвидного имущества

Перечисленный набор дает качественное представление о направление работ по усилению устойчивости организации к внешним возмущающим воздействиям.

Для реализации закона самосохранения большое значение имеет следование трем стратегиям поведения фирмы на рынке:

* *Достижение лидерства в минимизации издержек производства*, в результате чего фирма может за счет более низких цен на аналогичную продукцию завоевать большую долю рынка. Фирмы, использующие такой тип стратегии, должны добиваться хорошей организации производства и снабжения, высокого уровня профессионализма сотрудников и внедрять передовую технологию.
* *Специализация в производстве продукции*. В этом случае фирма должна осуществлять курс на особо специализированное производство и добиваться лидерства в избранном виде продукции. Фирмы, предпочитающие этот тип стратегии, должны иметь маркетологов и дизайнеров высокого класса.
* *Концентрация усилий фирмы в выбранном рыночном сегменте*. В этом случае фирма может объединить две первых стратегии- снижение издержек и высокую специализацию в производстве продукта. Однако для реализации стратегии третьего вида фирма должна строить свою деятельность, прежде всего на анализе потребностей клиентов определенного сегмента рынка, т.е. конкретных клиентов.

По мнению некоторых исследователей, действие закона самосохранения организации проявляется в поддержание ее целостности, экономном использование ресурсов, адаптации к внутренним и внешним изменениям, ее качественном и количественном развитие.

***Закон развития***

Все элементы природы имеют либо естественный, либо искусственный алгоритм функционирования. Для каждого из них характерен свой путь развития. *Развитие*- это необратимое и направленное изменение материи. Цикл развития вносит элементы новизны в очередной виток создания технических устройств, зарождения жизни, создания научной теории. Существуют две формы развития:

- эволюционная - непрерывные, постепенные количественные и качественные изменения

- революционная - скачкообразные изменения, в том числе:

* Изменение базиса без осознания его сути
* Изменение сознания без соответствующего изменения базиса

 Примером скачкообразного изменения базиса без его осознания людьми является переход к рыночной экономике в постсоветской России.

 Развитие бывает прогрессивным и регрессивным. Прогрессивное - переход от низшего к высшему, от простого к сложному, от менее совершенного к более совершенному. Регрессивное - обратное движение, переход от высшего к низшему, деградация, возврат к изжившим себя формам и структурам. Регресс играет не только отрицательную, но и положительную роль в жизни человека или компании. Регресс часто сопровождается отсеиванием детальных и концентраций общих представлений, исходя из опыта и интуиции.

Прогресс и регресс тесно связаны между собой и составляют диалектическое единство. Без прогресса нет регресса, а без регресса нет прогресса.

Прогресс и регресс сопутствуют развитию любой компании, поскольку в них идут процессы внедрения новых технологий (прогресс) и накопления опыта, упорядочения производственных отношений и укрепления традиций (регресс).

Развитие организации обуславливают следующие факторы:

- изменение на рынке спроса и предложения

- изменения внешней среды

- изменения внутренней среды

- изменения приоритетов потребностей и интересов человека или общества

- старение и моральный износ имущественного и интеллектуального комплекса компании

- изменение экологии

- глобальное состояние цивилизации

Одна часть перечисленных факторов неподвластна руководству компаний, другая- может служить инициатором грядущих в компании перемен.

Закон развития гласит: *«Каждая система (социальная или биологическая) стремиться достичь наибольшего суммарного потенциала при прохождение всех этапов жизненного цикла»*. Математическая интерпретация закона развития имеет следующий вид (1):

(1).

**n**

**Rj=∑(Rij)Rmax**

**i=1**

где Rj- потенциал организации на j-ом этапе жизненного цикла. Rij- потенциал организации в i-й области(экономика, техника, политика, финансы) на j-ом этапе.

С помощью этой формулы можно рассчитать потенциал организации на каждом этапе жизненного цикла. Величина Rmax является величиной субъективной и зависит от представлений руководителей об устойчивости компании. Rmax выражается прежде всего в запасах и резервах компании, существенное увеличение которых порождает проблемы их хранения и обслуживания.

Закон развития опирается на ряд принципов. Это принципы: инерции, самозависимости, эластичности, непрерывности и стабилизации.

**Принцип инерции**

Принцип инерции реализуется в двух основных направлениях.

* Изменение потенциала организации Rj должно начинаться спустя некоторое время после начала функционирования новых ресурсов компании и продолжаться некоторое время после их выбытия.
* Внедрение некоторого ресурса должно начинаться спустя некоторое время после его создания или приобретения, а устаревший ресурс должен изыматься из использования через некоторое время после внедрения нового.

В компании инерция проявляется в использовании физически и морально устаревшего оборудования, в деятельности отживших организационных структур. Инерция свойственна человеку независимо от возраста и проявляется в традициях, обрядах, стереотипах мышления, нормах поведения.

**Принцип взаимозависимости элементов**

На ход развития компании (повышение ее потенциала- ∆R) влияет потенциал самой компании (R). Функция влияния (F) может быть представлена различным образом. Общий вид реализации данного принципа может быть описан следующим соотношением:

**∆R=F(R)**

Обычно компании, имеющие большой технический, интеллектуальный и финансовый потенциал, быстрее реагируют на новые потребности и интересы потенциальных покупателей, чем небольшие общества или товарищества.

**Принцип эластичности**

*Каждая компания пытается сгладить последствия внутренних и внешних возмущающих воздействий*. Компании по-разному реагируют на одни и те же события в зависимости от имиджа, профессионализма персонала, технического, организационного и культурного уровней самой организации. эластичность в свою очередь может иметь три уровня: высокая. Средняя и низкая эластичность.

*Высокая* эластичность характеризуется быстрым и плавным реагированием на возмущающие воздействия. *Низкая* эластичность проявляется в длительном ожидание и принятие неадекватных решений.

Существуют факторы, способствующие увеличению или уменьшению эластичности организации, они приведены в таблице: (Табл.4.)

Таблица 4.

***Факторы, влияющие на эластичность организации***

|  |  |
| --- | --- |
| **Увеличение эластичности** | **Уменьшение эластичности** |
| 1.Наличие в компании группы развития. | 1.Разработка всех стратегических решений руководством компании. |
| 2.Университетская подготовка основного персонала. | 2.Ускопрофессиональная подготовка основного персонала. |
| 3.Ротация кадров. | 3.Сокращение текучести и перемещений кадров. |
| 4.Универсализация производства. | 4.Специализация производства. |
| 5.Частичная изоляция от внешней среды (создание собственной инфраструктуры). | 5.Сильная зависимость от внешней среды. |
| 6.Резервирование и страхование ключевых элементов компании | 6.Работа на всех производственных мощностях. |
| 7.Унификация выпускаемых изделий и их состыковка с другими. Введение ГОСТов и ОСТов. | 7.Несоблюдение обязательных норм габаритов и характеристик изделий. |

**Принцип непрерывности**

*Процесс изменения потенциала компании R идет непрерывно, меняются лишь скорость и знак изменения.* Приобретение компанией новых ресурсов постепенно изменяет общий потенциал компании. Кажущаяся дискретность (прерывистость) его изменения чаще объясняется взглядом со стороны, когда не замечается текущая работа, приводящая к новому качеству или количеству.

**Принцип стабилизации**

*Компания стремится к стабилизации эффективных этапов жизненного цикла.* К ним относятся этапы зрелости и насыщенности. Этот принцип основан на потребности человека, коллектива и общества в стабильности. За время существования компании эффективность ее деятельности претерпевает значительные изменения, а на этапе «крах» уменьшается до нуля. Улучшение работы компании и временное расширение этапов зрелости и насыщения должно проводиться профессионально за счет ряда факторов, в том числе за счет подключения новых ресурсов на каждом этапе развития компании. Стабилизация может осуществляться путем выпуска новой продукции на каждом этапе деятельности компании. При этом каждое новое изделие будет иметь свой жизненный цикл, сдвинутый по времени относительно других изделий. Страхование ключевых элементов компании также может использоваться для стабилизации ее потенциала.

***2.3.Законы второго уровня***

К законам 2-ого уровня принято относить: закон информированности-упорядоченности, закон единства анализа и синтеза, и закон композиции и пропорциональности (гармонии).

***Закон информированности-упорядоченности***

Все отношения в компании основаны на получение, обработке, передаче и хранение приказов, распоряжений договоров. Они могут содержать данные в виде текста, цифр, рисунков, таблиц, звука, видеоизображений. Часть этих данных может быть известна исполнителю, а часть - может быть новой, необходимой для выполнения заданий или развития его профессионального уровня.

*Данные, несущие в себе новизну и полезность для работника, принимающего решение, называются информацией.* Информация представляет собой важнейший элемент информационной среды управления, ее разделяют на два больших класса:

1. объективную, овеществленную в какой-либо продукции (товарах, услугах или знаниях).

2. субъективную, отраженную, организованную людьми (впечатления, мнения, инструкции, приказы, распоряжения).

В зависимости от характера подготавливаемого решения информация классифицируется по следующим группам:

- *по областям применения*: управленческая, техническая, биологическая

*- по функциональной направленности*: планирующая, организующая, активизирующая, координирующая, контролирующая, информирующая

- *по времени действия*: стратегическая, тактическая и оперативная

- *по характеру разработки и реализации*: уравновешенная, импульсивная, инертная, рискованная, осторожная

- *по уровню неопределенности*: низкая, средняя, высокая и сверхвысокая

по масштабам воздействия: общая и частная

- *по направлению воздействия*: внутренняя и внешняя.

Информационная среда, ввиду ее важности, является объектом управления наряду с персоналом. Финансами, производством и подчиняется действию закона информированности-упорядоченности. Под упорядоченностью понимается гармоничное развитие всех элементов организации: системы управления, персонала, подразделений, экономики, а также наличие между элементами установленного взаимодействия (взаимовлияния).

Согласно **закону информированности упорядоченности**, *«чем большей информацией о внутренней и внешней среде располагает организация, тем большую вероятность устойчивого функционирования она имеет».*

Управленческая информация используется для подготовки решений в социальной системе. Эти решения направлены на стратегическое планирование, управление управленческой деятельностью, управление человеческими ресурсами, управление производственной и обслуживающей деятельностью, формирование системы управления компании (методология, структура, процесс, механизм), управленческое консультирование, коммуникации с внешней средой. Управленческую информацию достаточно полно описывают четыре основные характеристики: *объем, достоверность, ценность, насыщенность.*

**Объем** информации рассматривается с двух сторон: как объем символьной и воспринимаемой информации. Для информационных систем более важное значение имеет объем символьной информации, который измеряется количеством букв, знаков, символов и обычно выражается в байтах, страницах, томах. Для социальных систем (персонала, компаний) основное значение имеет объем воспринимаемой информации, который характеризует необходимую полноту информации о каком-либо объекте управления. Выделяют три уровня объема воспринимаемой информации:

* *Информационная избыточность* необходима для подготовки особо ответственных решений. Информационная избыточность достигается в результате дублирования информации о каком-либо явлении или процессе, поступающей от разных источников. При этом качество решения повышается, однако увеличивается время на подготовку решения и общая стоимость информации.
* *Недостаток информации* (информационный голод) получается из-за отсутствия доступных источников информации, отсутствия самой информации в силу новизны явления или процесса, недостаточного профессионализма информационных работников, искусственной монополизации информации различными организациями (частная или государственная коррупция). Недостаток информации увеличивает затраты времени и затрудняет выработку правильного решения, а также повышает неопределенность и риск. В то же время, как показывает практика, недостаток информации способствует активизации творческой мысли работников по поиску нестандартных решений. Иногда это приводит к положительным результатам, однако чаще – к отрицательным.
* *Субминимальный уровень*- это минимальный объем информации для конкретного субъекта управления, при котором он может принять обоснованное управленческое решение. Этот уровень следует подстраивать под конкретного человека, и он имеет лучшее соотношение между затратами на информацию и полученными результатами.

**Достоверность** информации- это отношение набора верной (истинной) информации к общему объему информации, полученной информантом и выраженной в процентах. Достоверность имеет три уровня: абсолютный (100%), доверительный(80-90%) и негативный (менее 70%). Она во многом зависит от методики документооборота, количества людей, принимающих участие в сборе, передаче и обработке информации, а также от их профессионализма. Об одном и том же событии можно получить разную информацию в зависимости от методики ее сбора и обработки. Достоверность зависит также от времени обработки и передачи информации. Достоверность может быть повышена за счет:

- создания системы оперативного получения информации от непосредственного источника ее создания или обработки

- формирования собственной системы информаторов

- повышения профессионализма информационных работников и сокращения количества людей, принимающих участие в ее передаче, обработке и хранении

- информационной избыточности сведений.

**Ценность** характеризует информацию как материальную или интеллектуальную продукцию, имеющую потребительскую стоимость. Она определяется снижением затрат материальных или интеллектуальных ресурсов или повышением прибыли на принятие правильного управленческого решения. Выделяют четыре уровня ценности информации: нулевой, средний, высокий и сверхвысокий (табл.5).

Таблица 5.

***Характеристика уровней ценности информации:***

|  |  |
| --- | --- |
| Уровень ценности | Уровень снижения затрат или повышения прибыли от использования |
| Нулевой | 0 |
| Средний | В 1,1-1,5 раза |
| Высокий | В 2-5 раз |
| Сверхвысокий | Более, чем в 10 раз |

*Нулевому уровню* соответствует искаженная, ложная, неверная, неэффективная, повторяющаяся информация.

*Среднему уровню* соответствует информации полученная от высокопрофессиональных специалистов компании, работающих в системе программно-целевого или регламентного управления. Ее наделяют такими характеристиками как доказательная, достоверная, качественная, необходимая, полезная и точная. К ней относятся рационализаторские предложения, новые проекты, товары и услуги, удовлетворяющие новый набор интересов человека или общества.

*Высокому уровню* соответствует информация, созданная в научно-исследовательских учреждениях, венчурных компаниях, работающих в системе инициативных технологий управления. К ней относятся изобретения, научные открытия, новые идеи, инновационные технологии, маркетинговые исследования, имитационные модели организаций, товары и услуги,, удовлетворяющие новому актуализированному набору существующих потребностей.

*Сверхвысокому уровню* соответствует информация, полученная в исследовательских центрах и признанная мировым сообществом как выдающаяся. Свидетельством этого является присуждение ученым и практикам международных премий.

**Насыщенность информации** (Н) характеризуется соотношением объема профессиональной (П) и фоновой (Ф) информации в каком-либо тексте документа или сообщения, предназначенных для ознакомления с ними работников организации(2):

(2).

**Н=[П/(П+Ф)]×100%**

Профессиональная информация содержит данные в виде текста, цифр, рисунков, таблиц, звуков, видеоизображений. Она отражает суть рассматриваемого задания и служит для решения конкретных проблем управления или производства. Фоновая информация служит для лучшего восприятия работником профессиональной информации за счет улучшения настроения, поднятия эмоционального уровня или предварительной настройки внимания на заданную тему. В состав фоновой информации можно включать: слова приветствия или участия, сведения о материальном и моральном стимулирование, вспомогательную и вводную информацию. Отсутствие фоновой информации приводит к быстрой утомляемости человека от профессиональной информации, поэтому она плохо воспринимается. Избыток фоновой информации может привести к отвлечению внимания работников от сути рассматриваемого вопроса, переключению его внимания на несущественные детали.

Выделяют три уровня насыщенности:

* *Высокий* (около 100%)- фоновой информации практически нет
* *Нормативный* (около 70%)- объем профессиональной информации 70%,а фоновой-30%
* *Низкий* (менее 50%)- объем профессиональной информации менее 50%, фоновой- более 50%.

Большая часть деловой информации в компаниях пока имеет высокий уровень насыщенности- отчеты, реклама, собрания, приказы. Такой уровень постепенно исчерпывает себя в современном менеджменте.

Нормативный уровень- это самый приемлемый уровень насыщенности информации для эффективной организации управленческой деятельности.

***Закон единства анализа и синтеза***

Анализ и синтез являются элементами биологического и интеллектуального развития. В окружающем нас мире постоянно происходят изменения: крупные образования разделяются на более мелкие, а мелкие образования объединяются. Наличие преобразований свидетельствует о физическом существовании компании как социальной организации: происходят изменения выполняемых функций, меняется персонал компании. Эти процессы повторяются, причем каждый из них вносит что-то новое, более необходимое. Ненужные элементы отпадают, а необходимые - появляются, то есть достигается некоторая временная гармонизация элементов, входящих в состав какой либо организации. Анализ и синтез- это элементы гармонизации.

С точки зрения точных наук (математики или физики) разделение, выделение и согласование входят в состав процедур *анализа*, а согласование, объединение и соединение входят в состав процедур *синтеза*. В теории организации термины «анализ» и «синтез» прочно закрепились.

***Анализ***- это разделение целого на части, представление сложного в виде простых составляющих, изменение этих частей, добавление новых или ликвидация некоторых из них для более эффективной деятельности или удобства исследования.

***Синтез***- это соединение, объединение обновленного набора простых составляющих объекта в единое целое, согласование их деятельности для более эффективной деятельности или удобства исследования.

Говоря о единстве анализа и синтеза, мы подразумеваем их неразрывность и взаимодействие в процессе любой мыслительной деятельности. Анализ и синтез имеют большое практическое значение при реформировании и реструктуризации компаний, организации коллективного труда, научных исследованиях.

В процессах совершенствования деятельности компаний анализ обычно предшествует синтезу. Однако встречаются случаи, когда синтез является началом процесса. Таким образом, анализ в теории организации включает две основные процедуры: разделение целого на части и улучшение функционирования каждой из этих частей. Синтез также включает две процедуры: согласование характеристик выделенных частей и объединение их в одно целое.

Процедуры: улучшение характеристик выделенных частей организации и согласование этих характеристик в большей мере относятся к теории управления и менеджменту, а разделение и объединение - непосредственно к теории организации. При *разделении* целого на части необходимо учитывать зависимость частей друг от друга. Учитывают три возможности:

1.выделенные части слабо зависят друг от друга, но сохраняют при выделении все свои свойства

2.выделенные части зависят друг от друга и при разделении теряют ряд неосновных свойств, которые необходимо в дальнейшем учитывать

3.выделенные части сильно зависят друг от друга и при разделении теряют основные свойства, то есть становятся неспособными выполнять свои основные функции. Такие части обособлено рассматривать не следует иначе можно сделать много ошибок.

При *объединении* целого из подготовленных в результате анализа частей целого необходимо также учитывать степень будущей зависимости частей друг от друга. Как и в случае разделения учитываются три возможности:

1. объединяемые части слабо зависят друг от друга и они не ухудшают и не улучшают функционирование объединяемых частей в рамках целого
2. объединяемые части зависят друг от друга и при объединении могут несколько усилить или ослабить функционирование объединяемых частей в рамках целого. Это называется *эмерджентностью*
3. . объединяемые части сильно зависят друг от друга и при объединении могут существенно (положительно или отрицательно) повлиять друг на друга в рамках целого. Это называется *синергетическим* *эффектом*.

Процессы разделения и объединения в природе и искусственных организациях идут постоянно и циклично.

Скорость и результат преобразований зависят от созидательных ресурсов компании, а также от диапазона изменения внешней или внутренней среды.

Согласно закону, *«каждая система стремится настроиться на наиболее экономный режим функционирования за счет постоянного изменения своей структуры или выполняемых функций»*

Математическая интерпретация закона может быть представлена следующим соотношением, не зависящим от времени(3):

(3).

 **n n**

**{ ∑(R1i+R2i)-∑(V1i+V2i) } ≥0**

 **i=1 i=1**

где R1i, R2i- внутренний и внешний потенциал в области экономики, политики, финансов, способствующий развитию компании; V1i, V2i- внутренний и внешний потенциал. Стремящийся ликвидировать компанию или нанести ей ощутимый вред.

Изменения R1i, R2i и V1i, V2i достигаются за счет преобразований внутренней и внешней среды. Если эти преобразования дают положительный эффект, то материальная система функционирует успешно, а если нет- то время деятельности этой системы ограничено.

**Следствия из закона «единства анализа и синтеза»:**

**Следствие 1**. *«Если ∑(V1i+V2i) существенно меньше ∑(R1i+R2i), то есть практически отсутствуют внешние и внутренних возмущающие воздействия, то компания идет к полному истощению ресурсов».* Отсутствие внешних и внутренних возмущающих воздействий означает, что созидательные ресурсы компании постепенно приближаются к нулю. Они оказываются невостребованными ни самой компанией, ни внешней средой. Это означает, что либо ресурсы компании и ее потенциал не соответствуют потребностям общества, либо общество не информировано о возможностях данной компании. В любом случае, компания находится в состоянии застоя, истощения или порчи ресурсов.

Из этого следует, что для биологических и социальных организаций внешние возмущения и внутренние конфликты необходимы для «встряски», переосмысления их деятельности, наращивания потенциала и частично- для ликвидации слабых нежизнеспособных организаций. Для человека также полезно наличие внешних и внутренних возмущающих воздействий - это удлиняет его физическую жизнь за счет более полной мобилизации жизненных сил, которые в иных условиях не были бы востребованы.

**Следствие 2**. *«Если ∑(R1i) существенно больше ∑(R2i),то есть практически отсутствуют внешние созидательные ресурсы, то компания не занимается общественно полезной деятельностью (не удовлетворяет потребностей и интересов внешней среды)».* В этом случае все созидательные силы компании будут направлены на преодоление разрушительных сил внутренней и внешней среды, при этом на помощь муниципальных, федеральных органов и других компаний рассчитывать не приходится. Такое соотношение характерно для криминальных структур.

**Следствие 3.** *«Если ∑(R1i) существенно меньше ∑(R2i), то есть практически отсутствуют внутренние созидательные ресурсы, то компании требуется внешние субсидии или дотации».* В этой ситуации оказываются компании, которые делают основной упор на внешнюю помощь.

**Следствие 4**. *«Если ∑(V1i) существенно больше ∑(V2i), то есть практически существуют внешние возмущающие воздействия, то созидательные ресурсы компании (внутренние и внешние) тратятся на компенсацию внутренних возмущающих воздействий»*. Все созидательные ресурсы будут расходоваться на компенсацию различного рода ущербов, на страхование ресурсов, удовлетворения потребностей самих работников компании. Это условие перерождения хозяйственной организации в общественную (хозяйственная организация производит продукцию для преимущественной реализации во внешней среде, а общественная - во внутренней).

**Следствие 5.** *«Если ∑(V1i) существенно меньше ∑(V2i),то есть практически отсутствуют внутренние возмущающие воздействия , то созидательные ресурсы компании тратятся на компенсацию внешних возмущающих воздействий».* Созидательные ресурсы компании будут расходоваться на компенсацию различного рода ущербов от внешних источников, в том числе на создание службы безопасности, дополнительных финансовых ресурсов. Своего лобби в различных инстанциях. Это означает, что в компании нет внутренних возмущающих воздействий или их не замечают. Такое состояние характеризуется полным согласием по всем управленческим и производственным вопросам в компании. Однако полное согласие- это проявление либо диктата руководителя, либо абсолютной пассивности подчиненных. То и другое плохо для компании, работающей в рыночных условиях.

Закон единства анализа и синтеза относится к объективным законам организации. Для реализации данного закона руководителю рекомендуется:

* составлять и реализовывать программы постоянного совершенствования компании, ее элементов и подразделений
* проводить маркетинговые исследования в ключевых областях деятельности
* использовать современную информационную технологию управления.

Результаты действия закона будут самыми благоприятными для компании.

***Закон гармонии***

Слово «гармония» означает стройность, соразмерность. Она может создаваться естественным и искусственным путем.

Гармония- это непременное условие достижения положительной синергии.

Как естественный эволюционный процесс гармонизация происходит на всех уровнях мироздания: планет, государств, отраслей, организаций, семей и даже человека (в гармонии с самим собой).

Основная задача профессионального менеджера состоит в том, чтобы помогать этому процессу. Таким образом, гармония имеет системное начало, она объективна и не зависит от воли и желания человека, который может либо помочь ей, либо испортить естественный ее ход.

Согласно закону, *«каждая организация стремится приобрести, создать или сохранить в своей структуре все необходимые ресурсы, находящиеся в заданной соотносительности или заданном подчинении».*

Профессиональная реализация закона гармонии основана на выполнении ряда принципов: планирования. Координирования, ограничения, стабилизации, согласования, полноты.

**Принцип планирования**. «*В каждой компании должен быть обоснованный план деятельности и развития»*. Этот принцип закрепляет статический (первоначальный) набор ресурсов и их пропорции, которые должны планироваться на трех уровнях: стратегическом, тактическом и оперативном. Планирование связано с выработкой миссии и целей компании. Поэтому различают стратегические, тактические и оперативные цели, каждая из которых в свою очередь может быть представлена набором более мелких целей или набором задач.

**Принцип координирования**. *«Каждая компания должна следить за стратегическими, тактическими и оперативными изменениями и вносить соответствующие коррективы в набор и пропорции ресурсов».* Этот принцип заключается в том, что для любого специалиста существуют пределы обрабатываемого количества разнообразной информации. Если этот предел превышен, эффективность координации ресурсов и их пропорций будет снижаться.

**Принцип стабилизации**. *«Изменение содержания набора ресурсов и их пропорций не должно выходить за пределы заданного диапазона (нормативный уровень)»*. Данный принцип призывает компанию к обдуманности своих решений об использовании ресурсов: материальных, интеллектуальных, финансовых, исходя из существующих норм и здравого смысла.

**Принцип согласования**. *«Планируемые к использованию ресурсы должны подходить друг другу по техническим, химическим, интеллектуальным, и другим характеристикам»*. Компания должна планировать приобретение и применение ресурсов и их пропорций так, чтобы они были согласованы друг с другом и создавали при совместной работе положительную эмерджентность или синергию.

**Принцип полноты**. *«Каждая компания должна выполнить весь набор функций производства и управления на своем участке деятельности независимо от количества постоянных работников».* Принцип требует от компании или ее подразделений выполнения необходимых функций либо своими силами, либо с помощью привлеченных организаций.

**«Влияние законов теории организации**

 **на жизнедеятельность компании OOO Jason »**

**Общая характеристика предприятия**

Украинско-британское совместное предприятие «Компания «Jason лтд» было создано в 1995 году вследствие реорганизации. Компания является правопреемником фирмы в виде общества с ограниченной ответственностью «Jason». Порядок реорганизации, легализации, а также деятельности предприятия основывается на Законах Украины, а также других законах и подзаконных нормативных актах, касающихся финансово-хозяйственной, инвестиционной и внешнеэкономической деятельности предприятий в Украине.

Предприятие является юридическим лицом по законодательству Украины. Права и обязанности юридического лица предприятие приобрело с момента его государственной регистрации. Имеет свой фирменный знак (символику), штамп, круглую печать, которые исполнены на украинском языке, и другие реквизиты, а также расчетный, валютный и другие счета в банковских учреждениях.

Организационно – правовой формой предприятия является предприятие с иностранными инвестициями в виде общества с ограниченной ответственностью. То есть предприятие несет ответственность по обязательствам только в пределах своего имущества. Участники несут убытки только в пределах своего вклада. Предприятие не отвечает по имущественным обязательствам участников.

Форма собственности - коллективная, распределена между участниками предприятия следующим образом: 65% уставного фонда принадлежит британской компании, а 35% имеет физическое лицо, являющееся гражданином Украины.

Компания «Jason» имеет самостоятельный баланс в валюте Украины и инвалютном счете и действует на основе полного хозяйственного расчета, самофинансирования и самоокупаемости.

Предприятие было создано для насыщения рынка товарами, оказания услуг населению, предприятиям, организациям и уч­реждениям, производства товаров народного потребления, про­дукции производственного назначения.

Основной целью предприятия является получение прибыли.

**Основными направлениями деятельности предприятия являются:**

- организация торговли промышленными и продовольствен­ными товарами;

- проведение товарообменных операций, заключение бар­терных сделок;

- посредническая деятельность;

- закупка и продажа оптовых партий товара и продоволь­ствия;

- оказание платных услуг населению.

А именно:

1. Производство и реализация товаров народного потребле­ния, строительных и отделочных материалов, промышленной продукции, товаров хозбытназначения, галантерейных из­делий, автомобилей, швейно-трикотажных изделий, метал­локонструкций, гончарных и керамических изделий, про­дукции народных промыслов, изделий из драгоценных и по­лудрагоценных металлов и камней, бижутерии и ювелирных изделий, продукции производственно-технического назна­чения, детского питания, хлеба, рекламной продукции, художественных изделий, сувениров, игрушек, нефтепро­дуктов, горюче-смазочных материалов.
2. Разработка проектно-сметной документации, выполнение кон­структорских, опытно-конструкторских, научно-иссле­довательских и внедренческих разработок.
3. Научное и/или прикладное обслуживание и консультирование отечественных и зарубежных субъектов хозяйственной деятельности по финансово-экономическим проблемам, включая внешнеэкономическую деятельность, в том числе:
4. комплексное обслуживание, в том числе на основе представительства коммерческих интересов;
5. разработка или экспертиза коньюктурных прогнозов и/или маркетинг-планов;
6. подготовка или экспертиза инвестиционных проектов, технико-экономических обоснований коммерческих предложений, оценка коммерческих рисков инвестиций;
7. другие виды научного и прикладного обслуживания и консультирование по финансово-экономическим проблемам.
8. Реализация и/или приобретение интеллектуальной собственности и программных продуктов, в том числе, в экспорте и импорте, в любых областях, не запрещенных действующим законодательством.
9. Внедрение собственных и/или приобретенных инвестиционных проектов, технико-экономических и других разработок самостоятельно и/или совместно с другими субъектами хозяйственной деятельности внутри страны и за рубежом в любых формах хозяйственной деятельности, не запрещенных действующим законодательством.
10. Сервисное обслуживание, оказание информационных, рекламных, посреднических услуг, в том числе, на принципах представительства, отечественных и зарубежных субъектов хозяйственной деятельности.
11. Комплектация и оборудование предприятий общественного питания, туризма и торговли, в том числе «под ключ».
12. Продажа и сервисное обслуживание собственного оборудования и оборудования, полученного по импорту, для предприятий общественного питания, туризма и торговли.
13. Торгово-закупочная, торгово-посредническая, торгово-предпринимательская и иная торговая и комиссионная деятельность. Оптово-розничная торговля.
14. Организация собственной торговой сети. Открытие фирменных магазинов и отдельных секций в государственных и частных магазинах и других торговых предприятиях по реализации по договорным ценам:
* промышленных товаров, продуктов питания;
* товары и изделия отечественного и импортного производства, предметов антиквариата и произведений искусств, принимаемых для реализации на условиях комиссии;
* торговля на рынках и с лотков;
* торговля нефтепродуктами и энергоносителями;
* торговля ликеро-водочными и табачными изделиями.
1. Полное или частичное транспортно-экспедиторское обслуживание грузов на территории Украины и за ее пределами, осуществление хранения, доработки, послепродажного сервиса, упаковочных работ, приема и сдачи грузов и багажа, выполнение таможенных формальностей, производство операций по экспорту и импорту транспортных услуг и товаров, прошедших технологическую доработку.

А также другие виды деятельности, предусмотренные Уставом предприятия.

## Общая структура предприятия

Общее собрание участников

Контрольно-ревизионная комиссия

Генеральный Директор

# Предприятия

 Рис. 1

**Организационная структура предприятия**

Рис. 2

## Характеристика персонала предприятия

Рис. 3

Штатное расписание приведено в соответствие с украинским законодательством. Структура персонала представлена схематично на рисунке 3. Как видно из содержания рисунка, штат сотрудников фирмы достаточно велик. Он представлен Генеральным Директором – главным ответственным лицом на предприятии, координирующим всю деятельность компании, заместителем директора по развитию, бухгалтерами, службой безопасности, коммерческим отделом, маркетинговой службой, юридической службой, службой информации и отделом обеспечения.

Поскольку основным видом деятельности предприятия является оптовая торговля, то наибольшее количество работников задействовано в коммерческом отделе.

Предприятию удалось сохранить штат консалтинговой фирмы, правопреемником которой оно является. На предприятии работают квалифицированные специалисты в области маркетинга, в том числе кандидат экономических наук. Также фирма часто пользуется услугами консультантов в области международного маркетинга, которые предоставляются со стороны зарубежных соучредителей.

Оплата сотрудников производится согласно штатному расписанию по должностным окладам. Форма заработной платы, используемая на предприятии, временная, рассчитывается почасово. Трудовым соглашением установлено отработать 40 часов в неделю. Размер оплаты часа зависит от разных категорий персонала. Очевидно, что управленческий персонал получает меньше, чем руководящий, а обслуживающий меньше, чем управленческий.

Также используется сдельная система оплаты, в частности для работников отдела информации и курьеров.

Заработная плата начисляется в начале каждого месяца, выплачивается аванс в первых числах месяца, а в конце месяца выплачивается остаток по заработной плате.

На основании действующих нормативных актов осуществляются удержания из заработной платы работающих. Это:

1. Подоходный налог
2. Пенсионный фонд – в размере 1 % от общей начисленной суммы заработной платы
3. Алименты – после отчисления от начисленной заработной платы подоходного налога - 25%
4. Полученный аванс в данном месяце
5. Профсоюзные взносы
6. Подотчетные суммы, не возвращенные своевременно
7. Денежные начисления (по недостачам ТМЦ, хищениям и т.д.)
8. Прочие удержания

Для повышения мотивации служащих проводятся различные меры. Так, например, для предотвращения опозданий предусмотрена система штрафов. Величина штрафа достаточно весома, и это побуждает работника стремиться к пунктуальности.

Для повышения эффективности работы персонала, руководство фирмы использует также систему премий или аккордную систему оплаты труда. Наиболее часто это применяется в коммерческом отделе и маркетинговой службе. Устанавливается общая сумма оплаты труда за выполнение установленного комплекса работ в определенный срок. Это способствует сокращению срока выполнения работ.

##

## Характеристика направлений маркетинговой деятельности предприятия

Компания «Jason» имеет богатый опыт проведения различных маркетинговых исследований и разработок. Предприятие имеет собственную маркетинговую службу, которая выполняет поставленные ей задачи, как для собственных целей, так и для сторонних заказчиков. Поэтому данный вид деятельности нашел свое отражение в Уставе предприятия и приносит достаточные доходы для того, чтобы с лихвой покрыть затраты на содержание четырех специалистов в области маркетинга.

Маркетинговая служба разрабатывает предложения по направлениям повышения эффективности деятельности компании, политику ценообразования, пути снижения себестоимости услуг, предоставляемым фирмой. Таким образом, принятие всех решений деятельности предприятия, в том числе и по торговой деятельности формируется на базе большого маркетингового исследования и стратегии развития предприятия.

## Анализ инвестиционной и инновационной деятельности предприятия

Украинско-британское совместное предприятие «Компания Jason лтд» - предприятие с иностранной инвестицией. Инвестиция в уставный фонд была осуществлена в виде капитальных вложений на создание основного капитала, а также связанные с этим изменения оборотного капитала. А также совокупность технических, технологических, коммерческих знаний, оформленных в виде технической документации, но не запатентованных.

Иностранная инвестиция положительно влияет на хозяйственную деятельность предприятия.

Инновационная деятельность предприятия заключается в создании на предприятии фонда развития. Средства этого фонда направляются на реконструкцию и техническое перевооружение действующих объектов, финансирования производственных затрат, строительства объектов непроизводственной сферы, их содержание, на установление социальных льгот членам трудового коллектива и другие нужды.

Также можно отметить тот факт, что предприятие делает отчисления в государственный бюджет согласно закона Украины «о государственном бюджете».

Компания «Jason» никакой другой инвестиционной или инновационной деятельности не ведет. В дальнейшем планируется осуществление нескольких инвестиционных проектов, но на сегодняшний день об этом говорить еще рано.

##

## Характеристика направлений взаимоотношений предприятия с внешней средой

Предприятие имеет опыт работы как на внутреннем, так и не внешнем рынке. В 1999-2000 году экспортируется продукция сельскохозяйственного назначения – зерновые культуры (пшеница, ячмень).

Согласно заключенных контрактов валютная выручка от реализации товарно-материальных ценностей на экспорт поступает на валютный счет предприятия без нарушения украинского законодательства. Предприятие имеет валютный кредит, что также способствует увеличению товарооборота.

В основном расчет с контрагентами осуществляется в безналичной форме. Так как законодательством Украины предусмотрено ограничение использования наличных денег, то расчеты в наличной форме ведутся только в пределах регламентированного лимита.

В расчетах с поставщиками СП «Jason» использует как систему предоплаты, так и отсрочку платежа. В большинстве случаев используется отсрочка платежа. В расчетах с иностранными контрагентами осуществлялись попытки расчета аккредитивами, но в связи с нестабильным украинским законодательством, неадаптированным по отношению к международным нормам права, а также в связи с относительной дороговизной операции, от аккредитивов пришлось отказаться.

Спорные ситуации, возникающие у предприятия при расчетах, разрешаются с помощью переговоров, но в некоторых случаях, когда контрагенты не могут найти мирного решения ситуаций, проблема решается с посредством арбитражного суда. На юридический отдел предприятия возложен контроль за недобросовестными плательщиками, для того, чтобы своевременно реагировать на попытку уклонения от платежа или простой бухгалтерской ошибки.

**Влияние законов теории организации на жизнедеятельность компании**

Организации существуют в окружении, в среде, состоящей из множества элементов: рынок, с его предложениями и запросами, акционеры с их интересами получения дивидендов и реализации прав собственности, правительство с его налоговыми и законодательными требованиями, партнеры, по отношению к которым организация имеет свои обязательства, меняющиеся технологии, оборудование, требования к качеству продукции, образовательному уровню исполнителей, возрастающие запросы наемных работников, деятельность конкурентов, последствия экономических кризисов и т.п. Среда влияет на организацию и накладывает свои требования. Руководитель должен учитывать это значительное влияние.

Потенциал организации играет огромную роль в её жизнедеятельности. Именно поэтому необходимо обратить внимание на действие *закона синергии*. В данной организации можно наблюдать, что руководитель и подчинённые находятся в полном взаимопонимании. Действия руководителя направлены на гармонизацию деятельности и использование ресурсов. Работники различных отделов (производственного, проектного) проявляют инициативу в рамках порученных заданий и общей цели компании, качественно их выполняют, что в итоге приводит к положительным результатам, творческому стилю работы и конечно высокой прибыли.

Разработка стратегии развития компании начинается с выработки конкурентных преимуществ, которыми она должна обладать в глазах целевых групп потребителей. В основе стратегии наработки конкурентных преимуществ и стратегии развития компании лежит информация о потребительских предпочтениях, о существующих и потенциальных клиентах. Здесь прослеживается влияние *закона информированности-упорядоченности*. Стратегическая информация, которая потребляется органами стратегического управления, применимая к понятию клиент, содержит две важные составляющие. Первая — информация о потребительских предпочтениях, вторая — информация, но которой мы можем судить об издержках переключения клиента, т.е. насколько просто клиент готов уйти от нас и пользоваться услугами другого поставщика. Затем сформулированная стратегия и на границе нашей компании и внешнего мира трансформируется в набор конкретных бизнес-правил, которым подчинены наши вза­имоотношения с клиентами. Одно из основных правил коренным образом меняет некоторые сложившиеся и в нашей стране представления о ведении бизнеса. Мы всегда работаем на снижение издержек нашей компании. Но многие ли из нас задумываются над тем, чтобы снизить издержки нашего потребителя, которые он несет, взаимодействуя с нами? Ведь если мы работаем над снижением издержек потребителя, то тем самым попытаем барьер его переключения на другого поставщика. Предоставление более качественного сервиса, в том числе с использованием Интернета, позволяет нам существенно улучшить положение нашей компании в конкурентной среде. Составляющая, связанная с реализацией оперативного взаимодействия с клиентом, подразумевает простую и удобную технологию представления клиенту продукта, продажи продукта, обслуживания клиента, принятия рекламации и т.д. Если раньше экономическое развитие страны определялось богатством недр, а позже - степенью индустриализации, то сегодня оно определяется уровнем развития информационных технологий. Стремительное развитие информатизации давно превратило компьютер из диковинки технического прогресса в незаменимый инструмент повседневной работы многих специалистов. Бухгалтерская специальность не стала исключением. Более того, именно бухгалтеры, обремененные кропотливой работой с огромным количеством информации, одними из первых оценили преимущества современных технологий. Сегодня лишь около 10% российских бухгалтеров не пользуются компьютером.

Говоря о конкурентоспособности можно также проследить действие *закона самосохранения*. Для компании необходимо иметь либо целый отдел безопасности, либо обеспечение безопасности должно входить в функции другого отдела. В ООО «Jason» этим занимается общий отдел, т.к. размеры компании не требуют создания независимого отдела. Сохранность информации, имиджа, репутации, финансов, различных коммерческих тайн и других составляющих эффективной деятельности любого предприятия очень важна. Именно поэтому необходимо формировать ресурсы для стабилизации деятельности компании в случае возникновения разрушительных внезапных обстоятельств, изменений структурных спросов на продукт, изменений курсов ценных бумаг и т.д. В организации для таких случаев работает маркетинговый отдел, который исследует рынок и имеет возможность предусмотреть и предупредить различные кризисные ситуации. В ООО «Jason» формируются крепкие и устойчивые отношения с клиентами, муниципальными и федеральными органами власти. Таким образом действие закона самосохранения проявляется в условиях профессионального подхода персонала к своей деятельности в рамках прав и полномочий.

В любой компании у руководителей и персонала постоянно наблюдается стремление к расширению её влияния, повышению дохода, материальному вознаграждению работников. OOО «Jason» не исключение. Формой реализации *закона развития* является составление бизнес-плана.

 Компания обладает различными ресурсами для осуществления своей деятельности. Качественное техническое оборудование необходимо для создания условий с целью выполнения заказов клиентов. Знания, навыки и умения работников, квалифицированные специалисты – всё это является ресурсами компании. Но увеличение количества одних ресурсов не может полностью компенсировать недостаток других. Например, если в компании есть последние усовершенствованные модели компьютеров с современными программами проектирования, но отсутствуют специалисты по использованию этих программ, то они оказываются бесполезны и затраты на них были зря. Поэтому важно иметь все ресурсы в необходимой пропорции, которая обеспечивает удобство и оперативность в работе. Таким образом, *закон композиции и пропорциональности* – естественное явление в жизни человека и в любой организации. На фирме, как и в природе, избыточное постепенно должно уходить, а недостаточное развиваться, достигая некоторой временной наилучшей композиции.

Оптимальная структура OOО «Jason» позволяет организации эффективно функционировать и качественно выполнять поставленные задачи. *Закон единства* *анализа и синтеза,* который относится к объективным законам, влияет на организацию таким образом, что руководство содержит наиболее оптимальное количество отделов и работающего в них персонала. В организации каждый имеет свои прямые обязанности и несёт ответственность за свою работу, а взаимодействие всех сотрудников как итог делает успешной деятельность фирмы. Все отделы выполняют свои определённые функции и сильно зависят друг от друга, а при разделении теряют свои основные свойства, т.е. становятся неспособны выполнять свои основные функции. В результате анализа происходит объединение целого из подготовленных частей. Здесь также необходимо учитывать, что при объединении составные части могут влиять друг на друга в большей или меньшей степени. И снова мы видим действие *закона синергии*. Очень важно грамотно совмещать все составные части организации, анализировать работу каждого отдела и распределять функции таким образом, чтобы их выполнение способствовало эффективной работе организации, а не в коем случае не тормозило её. В OOО «Jason» количество и работа отделов подобраны исходя из общего объёма поставленных задач и целей. В зависимости от структуры организации подбирается наиболее экономный режим функционирования, ведь главной целью любой компании является сопоставление затрат и доходов в выигрышной для организации форме. Также для реализации закона маркетинговый отдел проводит исследования в ключевых областях деятельности компании. Предприятие имеет собственную маркетинговую службу, которая выполняет поставленные ей задачи, как для собственных целей, так и для сторонних заказчиков. Поэтому данный вид деятельности нашел свое отражение в Уставе предприятия и приносит достаточные доходы для того, чтобы с лихвой покрыть затраты на содержание четырех специалистов в области маркетинга.

Маркетинговая служба разрабатывает предложения по направлениям повышения эффективности деятельности компании, политику ценообразования, пути снижения себестоимости услуг, предоставляемым фирмой. Таким образом, принятие всех решений деятельности предприятия, в том числе и по торговой деятельности формируется на базе большого маркетингового исследования и стратегии развития предприятия. Руководство старается использовать современную информационную технологию управления для наиболее успешного функционирования организации

 Большую роль играют методы эффективной работы руководителей. С помощью компьютеризации процессов управления, внедрения рациональных методов анализа и обоснования решений, скрупулезного учета затрат и результатов, нужно сказать, что эффективность управления начинается, возможно, с малого. Умения осознать свои личные цели, понимать подчиненных, правильно распределять свое время, снимать стрессы и многое другое показывают как значимо действие *социальных законов на организацию*. Например, *закон социальной гармонии* говорит о том, как важно для поддержания высокого уровня работоспособности сохранить сплочённость коллектива. В компании организовывается совместный досуг, сотрудники проводят вместе выходные, выезжая в дома отдыха или просто встречаясь в неформальной обстановке. Руководство считает своей задачей попытаться сделать так, чтобы каждый подчинённый почувствовал себя неотъемлемой частью коллектива не только в работе, но и в повседневной жизни. В OOО «Jason» сплочённость коллектива и его общение в нерабочей обстановке приводит к наилучшему взаимопониманию между сотрудниками различных подразделений и как следствие, к появлению новых технологических идей, полезных для компании. Закон *оптимальной загрузки* также значим. Исходя из способностей, опыта, образования и других факторов, руководитель распределяет задачи и функции в зависимости от их объёма и сложности между сотрудниками.

В процессе управления происходит делеги­рование прав и обязанностей для организации взаимодействия различных органов управления и распределения задач, решаемых различными работниками. Руководители должны передавать сотрудникам свои права и обязанности, иначе требуемая работа просто не будет выполнена. Поэтому организация работ — это функция, которую должны осуществлять все руководители — независимо от их ранга. Однако, хотя смысл этой концепции состоит в делегировании прав и обязанностей для разде­ления труда по горизонтали и вертикали, решение о выборе структуры организации почти всегда принимается руководством высшего звена. Руководители низшего и среднего звеньев лишь помогают ему, предоставляя необходимую информа­цию, а в более крупных организациях и предлагая структуру подчиненных им подразделений, соответствующую общей структуре организации, выбранной выс­шим руководством. Выбор наилучшей организационной структуры производства и управления осуществляется исходя из ряда своих особенностей, присущих каждой организации. Здесь имеет место действие *закона своеобразия.* Для осуществления гармонического воздействия всех составляющих фирмы «Jason» выбрана наиболее подходящая структура.

**Заключение**

В работе рассмотрено влияние основных законов теории организации на компанию. Из всего сказанного можно сделать ряд выводов, что профессиональное использование законов организации способствует установлению устойчивых количественных и качественных соотношений между управляющей и управляемой системами. Они составляют часть управленческой технологии организации. Иногда необходимы частичные изменения в системе управления путем оптимизации и переложения некоторых функций. Также целесообразно комплексное применение вычислительных средств в целях сокращения времени обработки информации, повышение ее достоверности, принятие эффективных и современных управленческих решений. Важный шаг в системном подходе к процессу организации состоит в том, чтобы рассмотреть взаимоотношения между различными элементами или частями единой системы. Влияние внешних факторов на предприятие постоянно усиливается и стимулирует необходимость укрепления и развития предпринимательской организации как жизнеспособной системы. Структура организации выявляет и устанавливает взаимоотношения сотрудников внутри организации, определяет также структуру подцелей, которая служит критерием выбора при подготовке решений в различных частях организации. Основная масса существующих работников управления — это весьма ценный потенциал людей, знающих реальность, имеющих немалую профессиональную подготовку, приученных к дисциплине, упорному целенаправленному труду, обладающих чувством ответственности. С этими людьми необходимо внимательно, вдумчиво работать, обеспечивать их правильную расстановку в новых условиях, обучение, переквалификацию. Нужно создавать им стимулы к эффективному труду, защиту их прав, сформировывать активную среду социального отбора руководителей и специалистов.

Я считаю, что СП «Jason» ведет успешную хозяйственную деятельность, поэтому хочется пожелать не сдавать позиции, а завоевывать все большую долю рынка. При знании и умелом пользовании основных законов теории организации, их применение на практике даст не только большой прямой, но и косвенный эффект, приведет к тому, что предприятие станет более гибким, способным к нововведениям, к преодолению трудностей, которых так много в нашей хозяйственной жизни.

**Литература**

1. Мильнер Б.З. Теория Организации : учебник – М.:ИНФРА-М, 2000. – 480 с.
2. Смирнов Э.А. Основы теории организации: Учебное пособие для вузов – М: Андит, ЮНИТИ, 1998. – 375 с.
3. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: "Дело", 1992, 702 с.
4. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг: сокр. Пер. с англ./Под ред. С.Г. Солодова. - М.: Экономика, 1993, 340 с.
5. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. - М.: Экономика, 1995,167 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. / пер. с англ. Боброва В.Б. – С-Пб.: Коруна, 1994, 698с.
7. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 1999, 392 с.