

Ханты-Мансийский филиал  
Негосударственного образовательного учреждения  
высшего профессионального образования  
«ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ»  
Кафедра менеджмента и стратегического прогнозирования  
КУРСОВОЙ ПРОЕКТ  
по дисциплине  
«ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ»

Ханты-Мансийск 2010 год

Содержание

закон композиция администрация персонал внутрифирменный

Введение

1. Закон композиции и пропорциональности: сущность, содержание и специфика реализации на внутрифирменном уровне

1.1 Сущность закона композиции и пропорциональности

1.2 Содержание закона пропорциональности и композиции

1.3 Специфика закона пропорциональности и композиции

1.4 Основные принципы профессиональной реализации закона в современных условиях

1.5 Типовые варианты реализации закона

2. Применение закона композиции и пропорциональности на примере ООО

«Рекламное агентство «Самарово»

2.1 Варианты развития событий по трём вариантам реализации закона композиции и пропорциональности, возможные последствия

2.2 Описание организации и её деятельности

2.3 Модель гармонизации интересов администрации и персонала, общества и личности в ООО «Рекламное агентство «Самарово»

2.4 Основные принципы реализации закона композиции - пропорциональности на уровне внутрифирменного управления

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Закон пропорциональности в деятельности организации выражает следующие отношения: если между двумя факторами существует пропорциональная зависимость, то изменение одного в количественном и качественном анализирует каждую, выбирая наиболее подходящий вариант. Закон пропорциональности в деятельности организации выражает следующие отношения: если между двумя факторами существует пропорциональная зависимость, то изменение одного в количественном и качественном отношении вызывает такие же во втором. Например, если на торговом предприятии увеличилось число каналов товародвижения, то расходы по обработке заказов тоже вырастут пропорционально

этому увеличению.

Пропорциональная зависимость может быть прямой и обратной. Обратная пропорциональная зависимость означает, что увеличение одного показателя снижает значение другого. Сущность этого закона состоит в том, что относительно любой системы очень важным параметром является структура, которая отражается в определённом количестве составных элементов системы и в соотношении между этими элементами или пропорциями. Формулировка закона: каждая система (биологическая и социальная) стремится приобрести, создать или сохранить в своей структуре все необходимые ресурсы (композицию) находящейся в заданной соотносительности или заданном подчинении (пропорции).

В настоящее время, применение этого закона является наиболее актуальным для организации. Задачами данной работы является дать максимально раскрытый теоретический аспект темы и закрепить в практическом примере. В данной работе описывается сущность, содержание и специфика реализации на внутрифирменном уровне закона композиции и пропорциональности.

1. Закон композиции и пропорциональности: сущность, содержание и специфика реализации на внутрифирменном уровне

### 1.1 Сущность закона композиции и пропорциональности

В составе структуры любой организации можно выделить большое количество пропорций. Сущность закона, его требования, состоят в том, что существуют постоянные устойчивые связи между структурными параметрами организации и состоянием устойчивости, возможного дальнейшего развития, если возникают отклонения в структурном построении организации - то это означает возникновение угрозы самому существованию организации, поэтому важной задачей аппарата управления является осуществление мероприятий, направленных на осуществление выявления диспропорции организации.

Использование этого закона требует использование принципов, правил организации:

- принцип планирования (каждая организация для обеспечения пропорциональности должна разрабатывать систему планов - долгосрочных (более 5 лет), среднесрочных (2-5 лет), оперативных (1 год));
- принцип координации (органы управления должны своевременно выявлять отклонения, которые возникают между отдельными элементами организационной системы);
- ограничения;
- стабилизации;
- согласования;
- полноты.

Закон пропорциональности наиболее ярко отражается в бизнес-плане предпринимателя или бизнес-проектах. Именно соотношение основных выходных параметров и входных ресурсных позволяет оценить степень реализации функций,

целей организаций. В этих планах обязательно присутствуют оценки соответствия заявленных целей и возможностей, из пропорции. В самом общем виде вопросы планирования должны рассматриваться с точки зрения закона пропорциональности.

## 1.2 Содержание закона пропорциональности и композиции

Философия гармонии. В окружающем нас мире всё приспособлено для совместного сосуществования. Всё лишнее, избыточное постепенно уходит, а недостаточное постепенно развивается, достигая некоторого временного равновесия - гармонии. В таких случаях говорят о центростремительных (объединительных) и центробежных (разъединительных) процессах. Гармония происходит от греческого слова «harmonia» - стройность, соразмерность. В древнегреческой философии идеалом гармонии являлась космическая система с её абсолютным порядком и организованностью. Синонимами слова «гармония» являются: стиль, красота, счастливая семья, преуспевающая организация, музыкальные созвучия. Философ Лейбниц ввёл понятие «предустановленная гармония» - гармония установленная богом, благодаря которой существует мировой порядок, планомерное развитие всех вещей. В середине XIX века Ф. Бастиа (Франция) и Г.Ч. Кэри (США) создали «Теорию гармонии интересов», в которой капитализм изображался как гармоничное общество, основанное на оказании различными классами взаимных услуг, причём услуги оказывают не только рабочие, но и капиталисты и землевладельцы. Теория гармонии интересов в дальнейшем получила развитие в виде процессорной технологии разработки решений на базе потребностей и интересов. Данная технология основана на полном использовании потребностей и интересов, как руководителя, так и подчинённого при разработке и реализации решения. При этом достигается взаимодействие и максимальный прибавочный продукт в компании. Все другие виды отношений между руководителем и подчинённым приводят к противодействиям, напряжённости и т.д. Гармония - это естественный эволюционный процесс, происходящий на всех уровнях мировой цивилизации: государств, отраслей, организаций, семьи и даже одного человека. Гармонию следует рассматривать только субъективно (гармония для кого, для чего). Гармонизация элементов организации для получения прибыли существенно отличается от гармонизации элементов для комфортной работы персонала и т.д. Если конкретная цель не поставлена, то гармонизация все равно идёт для какой-то неформальной цели. Гармонизацию остановить нельзя, но можно направить. Основная задача просвещённого человека состоит в том, чтобы не тормозить этот процесс. Торможение приводит к накоплению несбалансированности элементов. Эта несбалансированность после достижения критической точки вызывает неестественный, революционный процесс гармонизации, предсказать результаты которого практически невозможно, можно лишь гадать. Основная же задача профессионального менеджера состоит в том, чтобы помогать этому процессу, а ещё лучше упреждать его путём устранения причин возможного дисбаланса. Таким образом, гармония имеет системное начало, она объективна и не зависит от

воли и желания человека, который может либо помочь ей, либо испортить естественный её ход.

Формулировка закона: «Каждая материальная система стремится сохранить в своей структуре все необходимые элементы (композицию), находящиеся в заданной соотносительности или заданном подчинении (пропорции)». Закон композиции и пропорциональности мы будем рассматривать на двух уровнях: на уровне организации и на уровне внешней среды, в которой организация является одним из элементов.

Сознательная реализация закона композиции и пропорциональности в организации требует обязательного использования набора принципов планирования, координации и полноты.

Принцип планирования. «Каждая организация должна иметь обоснованный план деятельности и развития». Различают стратегическое, тактическое и оперативное планирование. Стратегическое охватывает диапазон 5-10 и более лет; тактическое 2-4 года; и оперативное в течение 1 года. Планирование связано с выработкой целей организации, согласованных с целями развития внутренней и внешней среды (работников, рынка, общества). Каждая цель представляется в виде набора конкретных задач с механизмом выполнения. Уместным здесь является принцип единства руководства А. Файоля, согласно которому предприятие должно иметь в данный момент времени только одну программу действий.

Принцип координации. «Каждая организация должна следить за стратегическими, тактическими и оперативными изменениями и вносить соответствующие коррективы в механизм выполнения». Этот принцип реализует достаточные условия закона.

Принцип полноты. «Каждая организация должна выполнять весь набор функций производства и управления на своём участке деятельности либо своими силами, либо с помощью привлечённых организаций». Этот принцип реализует необходимые условия закона.

Рассмотрим выполнение указанных принципов на примере реализации жизненного цикла изделия «А» в ООО. Рассмотрим схему жизненного цикла производства продукции. Согласно принципу планирования руководитель должен составить бизнес-план, план развития организации; сформулировать задачи (рубежи), на которые необходимо выйти на этапах внедрения, роста, зрелости, насыщения, спада, краха и возможно на этапы ликвидации и утилизации. Исходя из принципа координации руководителю необходимо наладить хорошую информационную и оперативную службу для получения нужной информации в нужное время для принятия своевременных координирующих решений. Принцип полноты требует от руководителя, чтобы под каждый этап жизненного цикла была создана определённая инфраструктура с соответствующим обеспечением.

Закон гармонии - один из основных законов Природы. В Природе царит гармония. Гармония - соразмерность, соединение компонентов объекта в единое органичное целое. В древнегреческой философии гармония понималась как организованность космоса, мировой порядок, изначально установленный Богом. Все должно

подчиняться этому установленному порядку.

Все законы природного мира обеспечивают, в конце концов, реализацию закона гармонии. Вспомним, например, закон динамического равновесия, который базируется на оптимальном соотношении между элементами системы, а также между целым и её частями, т.е. обеспечивает стабильность и жизнеспособность системы с помощью создания необходимых композиций и пропорций как между системой и внешней средой, так и внутри самой системы.

А.А. Богданов, рассуждая о сущности хорошо организованного комплекса, утверждал, что главной особенностью такого комплекса является «гармоническое сочетание частей, т.е. такое объединение их функций - специфических активностей - сопротивлений, при котором они взаимно усиливают друг друга, отчего реальная их сумма и возрастает».

Не случайно в эстетике и искусстве гармония рассматривается как существенная характеристика красоты, а то и её синоним, а многие ученые считают красоту (гармонию) важнейшим критерием правильности научной теории. У экономистов, управленцев, менеджеров стремление к гармонии ассоциируется со стремлением к оптимальной организации и эффективности. О роли красоты и гармонии в современном производстве основатель и бывший президент компании «Вакол» сказал так: «Стремление к красоте присуще всем сердцам, всему обществу, всему мировому сообществу. Оно является естественным желанием любого человека. Это касается и меня. До тех пор пока я буду жив, я буду стремиться к красоте».

В своей книге «Сделано в Японии» А. Морита, президент фирмы «Сони», описывает случай, который произошёл с ним в 1975 году во время его пребывания в Советском Союзе. На одной из встреч в Госкомитете по науке и технике его попросили высказать мнение о продемонстрированном тут же транзисторном телевизоре советского производства, который предполагалось продавать в Европе. А. Морита, уточнив, может ли он высказать своё личное мнение, и, получив разрешение, сказал: «В Советском Союзе есть замечательные, талантливые мастера искусств. У вас великие музыканты, балет - великое художественное наследие, а ваши исполнители славятся во всём мире. Это счастье, что ваша страна обладает и техникой, и искусством. Но почему же этого не видно в вашем телевизоре? Если у вас в Советском Союзе есть и искусство, и техника, почему же вы не сочетаете их, чтобы делать прекрасные вещи? Если говорить откровенно, господа, судя по тому, что мы знаем о рынке и вкусах потребителей, мы не думаем, что такой некрасивый телевизор можно будет продать».

Гармония - это согласованность, стройность, соразмерность в сочетании чего-либо. Каждая сложная система стремится к гармонии - состоянию, когда композиция и пропорции оптимальны. Говоря о композиции, имеем в виду соотношение и взаимное расположение частей исследуемого целого. Пропорциональность - это определённое количественное соотношение, соответствие с чем-либо (например, размер ноги по отношению к росту человека или количество управленцев по отношению к общему количеству работающих в фирме). Пропорциональность часто понимается как соразмерность. Закон композиции и пропорциональности в наиболее

явной форме применяется в архитектуре и искусстве. Художник, работая над картиной, стремится к гармонии, используя известные приёмы, например, «правило золотого сечения». В экономике использование закона помогает решать проблемы планирования, производства, распределения, учёта, стимулирования и пр. Хороший менеджер через достижение композиции и пропорциональности стремится создать гармоничное предприятие. В каждодневной деятельности мы наблюдаем, это всеобщее стремление к гармонии: каждый человек хочет достичь определённой композиции благ (заработная плата, дом, жена, дети, машина и пр.). Машину он выбирает пропорционально или соразмерно доходам, жену - согласно со своими внутренними духовными или физическими потребностями и т.п. Так же поступает и руководитель организации: в соответствии с финансовыми возможностями, поставленными целями и задачами подбираются офис, кадры, транспорт и пр. Зачастую в офисах можно видеть богатую роскошную мебель и устаревшую оргтехнику, плохо организованные профильные для фирмы процедуры. В таком случае можно говорить о кризисе руководства.

В природе всё гармонично: всё, что не работает на высшую цель, отсекается; всё, что избыточно, постепенно отмирает, достигая оптимальной композиции и пропорциональности. Посмотрите на дерево: корни, ствол, ветви, листья - всё находится в идеальной пропорции и композиции.

Закон композиции и пропорциональности (гармонии): каждая система стремится к оптимальному взаимному расположению частей и к оптимальному количественному соотношению между ними.

Закон композиции и пропорциональности в организации отражает необходимость согласования целей элементов системы с её главной целью, а также необходимость определённого соотношения между частями целого - их соответствие, соразмерность или зависимость. Достижение необходимых пропорций, соразмерности и соответствия в границах организации равнозначно повышению жизнеспособности, повышению уровня самосохранения системы.

Несоответствие между частями, элементами системы называется диспропорцией. Диспропорции снижают эффективность организации и способствуют её разрушению. Реализации закона композиции и пропорциональности способствуют разработанные на основании научных исследований и организационного опыта нормы и правила. Например, уровни иерархии связаны с нормами управляемости. Диапазон контроля и норма управляемости - это максимальное число непосредственно подчинённых, которыми эффективно может управлять руководитель. Считается, что у руководителей низшего уровня норма управляемости может достигать 30 человек (для высшего уровня управления, как правило, - не более 7 человек).

Имеются нормативы для создания рабочих мест, нормативы соотношений численности работников и оборудования и пр. В каждой организации идёт естественный процесс гармонизации. Дисбаланс, диспропорцию менеджер должен исправлять с помощью планирования, координирования, опираясь на нормы и правила, ограничения, поощрения и т.д. К сожалению, в современных организациях можно наблюдать самые уродливые структуры и формы: раздутые управленческие

отделы, технологически слабое основное производство, огромный штат охраны, отсутствие организационной культуры. Важно понимать: частую кризис в компании напрямую связан с нарушением закона гармонии в самой организации или в её взаимоотношениях с внешней средой.

В настоящее время можно говорить о нарушении закона гармонии в отношениях общества и Природы. Человечество переживает решающий момент в истории. Противоречия, дисгармония между сложившимся характером развития человечества и Природой достигли предела. Дальнейшее движение по этому пути ведёт к кризису макросистемы, к глобальной катастрофе. Природа оплатит человечеству за нарушение закона гармонии, за надругательство над ней глобальными ответными реакциями - изменением климата, опустыниванием, засухами, усилением проникновения через атмосферу жесткого ультрафиолетового излучения, генетическими изменениями, эпидемиями и голодом.

### 1.3 Специфика закона пропорциональности и композиции

Закон композиции и пропорциональности (гармонии) гласит: «Каждая система (биологическая или социальная) стремится приобрести, создать или сохранить в своей структуре все композиционно необходимые ресурсы, находящиеся в заданной соотносительности или заданном подчинении (пропорции)». Иной вариант определения: «В рамках движения к поставленным целям современные организации стремятся к поддержанию оптимальной структуры и к созданию устойчивых объединений на основе соблюдения принципов соразмерности и пропорциональности».

Проиллюстрируем один из наиболее распространённых способов создания современных объединений по типу франчайзинга.

Предположим, что у предприятия, занимающегося производством высококачественного хлеба и хлебобулочных изделий, сложились устойчивые отношения с поставщиками сырья и с торговой сетью (рисунок 1.1), однако в виду обострения конкурентной борьбы на рынке продовольствия оно стремится усовершенствовать и замкнуть «на себя» сложившуюся технологическую цепочку. Идя на усложнение отношений с каждым элементом системы и дополнительные расходы, головное предприятие, тем не менее, выигрывает от конкретизации «правил игры» и разграничения функций. Если, например, деятельность прежнего отдела снабжения была недостаточно эффективной, убытки приходилось компенсировать за счёт прибыли основного производства или отдела продаж. После реорганизации получившая самостоятельность закупочная фирма должна сама платить «по счетам», в противном случае головное предприятие может обратиться к другому посреднику. Кроме того, риски теперь распределяются между тремя-пятью организациями (рисунок 1.2).

Рис. 1.1 Схема организации взаимодействия предприятий (базовая)

Рис. 1.2 Схема реорганизации взаимодействия предприятий

### 1.4 Основные принципы профессиональной реализации закона в современных условиях

Профессионализм современного менеджера определяется не только теоретическими знаниями, но и умением использовать закон гармонии, опираясь на ряд принципов. По мнению Э.А. Смирнова, к ним следует отнести принципы планирования, координирования, ограничения, стабилизации, согласования, полноты Смирнов А.И. Теория организации: Учебное пособие. С. 164-165..

Планирование является основополагающей функцией менеджмента. Любая современная организация планирует свою деятельность, определяя стратегические, тактические и оперативные цели и конкретизируя набор соответствующих задач. Результатом планирования становится комплексный план развития предприятия на перспективу или развёрнутый бизнес-план, направленный на осуществление какого-либо проекта, а в некоторых случаях - обычное «дерево целей», наглядно иллюстрирующее ближайшие и последующие шаги для достижения определённой мега-цели (рисунок 1.3).

Координирование - действия по выявлению отклонений текущих количественных и качественных параметров, развития организации от запланированных для последующей коррекции реализуемых программ.

Ограничение - определение «набора» ресурсов, позволяющего эффективно решать поставленные задачи, и его дифференцированная «привязка» к реальным возможностям каждого работника.

Стабилизация - содержание набора ресурсов и их пропорции не должно выходить за пределы существующих нормативов и здравого смысла.

Согласование - планируемые и используемые организацией ресурсы должны сочетаться между собой, создавая условия для положительной эмерджентности или синергии.

Полнота - организация должна стремиться к эффективной реализации всего спектра производственных и организационно-управленческих функций независимо от количества постоянных работников.

Рис. 1.3 Диалектика ресурсов, целей и задач организации («дерево целей»)

### 1.5 Типовые варианты реализации закона

Первый вариант: ни руководитель, ни подчинённые не имеют представления о законе композиции и пропорциональности.

Второй вариант: руководитель знает о законе пропорциональности и композиции, а его подчинённые нет.

Третий вариант: руководитель и подчинённые информированы о законе, имеют представление о характере и особенностях его действия.

Заметим, что в психологическом плане можно обособить три этапа формирования организации: группа («сырое» профессиональное объединение людей) - корпорация (доминирование формализованных управленческих процедур и «церковно-культурной» стратегии управления) - коллектив (диалектическое единство формальной и неформальной подсистем жизнедеятельности организации, реализация «экклесиальной» Экклесия (греч. ekklesia) - народное собрание в Древних



Афинах. стратегии управления, ориентирующей каждого сотрудника организации на всемерное раскрытие профессиональных качеств, гармоничное саморазвитие и обогащение своим жизненным опытом других).

Взаимосвязь указанных этапов развития организации показана на рисунке 1.4.

Тип организационных  
отношений

Экклесия

Гуманистическая, развивающая

Базовая  
Стратегия управления

Корпорация

Формализованная («церковно-культурная»)

Группа

Фрагментарная,  
субъективистская

Рис. 1.4 Взаимосвязь базовых типов организационных отношений и управленческих стратегий

2. Применение закона композиции и пропорциональности на примере ООО «Рекламное агентство «Самарово»

Закон композиции и пропорциональности (гармонии) гласит: «Каждая система (биологическая или социальная) стремится приобрести, создать или сохранить в своей структуре все композиционно необходимые ресурсы, находящиеся в заданной соотносительности или заданном подчинении (пропорции)». Этот «фоновый», или «второго уровня», закон имеет несколько типовых вариантов реализации на уровне предприятия (фирмы).

Первый вариант: ни руководитель, ни подчинённые не имеют представления о законе композиции - пропорциональности (гармонии).

Второй вариант: руководитель знает о законе композиции - пропорциональности, а его подчинённые - нет.

Третий вариант: руководитель и подчинённые информированы о законе, имеют представление о характере и особенностях его действия.

1. Каковы «сценарии» развития событий по каждому из трёх вариантов и их возможные последствия для организации?

2. Предложите собственную модель гармонизации интересов администрации и персонала, общества и личности (на примере конкретной организации).

3. Каковы основные принципы реализации закона композиции - пропорциональности на уровне внутрифирменного управления?

2.1 Варианты развития событий по трём вариантам реализации закона композиции и пропорциональности, возможные последствия

Первый вариант: ни руководитель, ни подчинённые не имеют представления о законе композиции - пропорциональности (гармонии).

Сталкиваясь с трудностями и помехами в работе из-за несоответствия структуры и системы управления текущей рыночной ситуации, персонал организации попытается осуществить неформальную «самонастройку». Некоторые проблемы таким способом действительно удастся решить или смягчить, например, перераспределением новых функций между сотрудниками. Однако в дальнейшем это может привести к диспропорции в расходовании ресурсов организации, избыточным трудозатратам и, как следствие, вызвать недовольство подчинённых.

Второй вариант: руководитель знает о законе композиции - пропорциональности, а его подчинённые - нет.

Разрабатывая бизнес-план компании, руководящее звено стремится обеспечить его

жизнеспособность путём оптимизации количества и качества необходимых ресурсов, конкретизации способов их взаимодействия и планирования определённых результатов деятельности организации. При этом стиль управления, предполагающий установление значительной дистанции между администрацией и подчинёнными, может оказаться малоэффективным. Персонал среднего и низшего звеньев будет не всегда осознанно выполнять функциональные обязанности. В лучшем случае сотрудники проявят инициативу, чтобы решить какую-либо проблему «наверху», в худшем - оставят всё, «как есть», пусть, мол, начальство решает.

Третий вариант: руководитель и подчинённые информированы о законе, имеют представление о характере и особенностях его действия.

Несоответствие между заложенными в бизнес-планах параметрами развития организации и реальным положением дел в ней устраняются по двум каналам: формальному и неформальному. При этом все звенья персонала организации являются единым организмом, командой единомышленников, способной парировать практически любой негативный «выпад» со стороны сил макро- и микросреды.

## 2.2 Описание организации и её деятельности

ООО «Рекламное агентство «Самарово» начало свою работу в Ханты-Мансийске 1 декабря 2005 года. Буквально сразу новое агентство заняло ведущие позиции на рекламном рынке. В настоящее время рекламное агентство «Самарово» обладает эксклюзивными правами на продажу рекламного времени ведущих радиостанций, работающих в Ханты-Мансийске («Авторadio», «Европа плюс», «Красная Армия»), а также телеканалов «СТС» и «Спорт». Услугами рекламного агентства «Самарово» пользуются крупнейшие предприятия и организации Ханты-Мансийска. Активно и плодотворно рекламное агентство сотрудничает с коллегами в городах Ханты-Мансийского округа и России в целом.

Коллектив РА «Самарово» - это молодые инициативные люди, профессионалы своего дела, имеющие серьезный опыт работы в рекламном бизнесе, уделяющие большое внимание повышению своего профессионального уровня.

РА «Самарово» заботится о своей репутации, поэтому во главе ставятся интересы клиента. Индивидуальный подход к каждому рекламодателю - главный принцип работы менеджеров агентства. «Самарово» не просто посредник между заказчиком и исполнителем! С учётом специфики деятельности каждого клиента разрабатываются наиболее эффективные рекламные кампании. При этом мы не боимся брать на себя ответственность, и предлагаем смелые и нестандартные решения!

## 2.3 Модель гармонизации интересов администрации и персонала, общества и личности в ООО «Рекламное агентство «Самарово»

Принципы необходимые для модели гармонизации интересов и персонала, общества и личности в ООО «Рекламное агентство «Самарово» выглядит следующим образом. Первый принцип - уважение к человеку, его правам и достоинству. Согласно этому

принципу кампания осуществляет следующие мероприятия:

- помогает развить свои творческие способности и эффективно их использовать;
- оплачивает труд сотрудников и обеспечивает их служебное продвижение в зависимости от их вклада в общее дело;
- обеспечивает установление двухсторонних контактов между руководителем и подчиненным.

Второй принцип - предоставление услуг потребителю, отвечающих самым высоким требованиям. Для этого фирма осуществляет:

- исследование потребностей клиентов агентства и их прогнозирование.

Третий принцип - высокое качество - основное условие деятельности. Для этого фирма стремится делать всё, чтобы:

- занимать ведущие позиции в новых тенденциях медиа бизнеса;
- производить качественную рекламную продукцию при одновременном снижении затрат.

Четвертый принцип - руководитель должен быть эффективным организатором (т.е. он должен уметь вовлечь каждого сотрудника в общий трудовой процесс). Для этого руководитель должен:

- обеспечить руководство, стимулирующее сотрудников выполнять задачи на самом высоком уровне;
- часто встречаться со своими сотрудниками;
- иметь мужество подвергать сомнению принятые решения, чётко представлять потребности фирмы и её структурных подразделений.

Пятый принцип - выполнение обязательств перед акционерами. С этой целью фирма осуществляет:

- бережное отношение к собственности;
- обеспечение получения значительной прибыли на вложенный капитал;
- использование резервов, обеспечивающих увеличение прибыли.

Шестой принцип - частые взаимоотношения с поставщиками работ и услуг. Для этого фирма осуществляет следующее:

- выбор поставщиков с учётом качества их работ и услуг, надёжности и ценовой конкуренции.

В рекламном агентстве «Самарово» за счёт выполнения всех этих принципов существует гармония и реализуется третий тип закона композиции и пропорциональности.

2.4 Основные принципы реализации закона композиции - пропорциональности на уровне внутрифирменного управления

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.

#### Заключение

В составе структуры любой организации можно выделить большое количество пропорций. Сущность закона, его требования, состоят в том, что существуют постоянные устойчивые связи между структурными параметрами организации и состоянием устойчивости, возможного дальнейшего развития, если возникают отклонения в структурном построении организации - то это означает возникновение угрозы самому существованию организации, поэтому важной задачей аппарата управления является осуществление мероприятий, направленных на осуществление выявления диспропорции организации.

Закон пропорциональности наиболее ярко отражается в бизнес-плане предпринимателя или бизнес-проектах. Именно соотношение основных выходных параметров и входных ресурсных позволяет оценить степень реализации функций, целей организаций. В этих планах обязательно присутствуют оценки соответствия заявленных целей и возможностей, из пропорции. В самом общем виде вопросы планирования должны рассматриваться с точки зрения закона пропорциональности. Поэтому в деятельности организации важно иметь все ресурсы в необходимой пропорции, которые 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.

#### Список использованной литературы

1. Леванков В.А. Теория организации. Опорный конспект лекций и методических рекомендаций к изучению курса. - СПб, 2006.
2. Смирнов Э.А. Основы теории организации. Учебное пособие для вузов. М.: Юнити, 2007.
3. Мильнер Б.З. Теория Организации: учебник - М.: ИНФРА-М, 2006. - 480 с.
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. - М.: «Дело», 2006. - 702 с.
5. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг: сокр. Пер. с англ./Под ред. С.Г. Солодова. - М.: Экономика, 340 с.
6. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. - М.: Экономика, 2006. - 167 с.

7.Котлер Ф. Основы маркетинга. / пер. с англ. Боброва В.Б. - С-Пб.: Коруна, 1994. - 698с.

8.Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 392 с.