**Введение**

В настоящее время построение социально-ориентированной рыночной экономики предусматривает пересмотр теоретических и практических подходов к организации управления предприятиями. В самом общем виде это связано с глобальным поворотом от административной модели экономики к рыночной, а также с необходимостью обновления экономических, социальных и управленческих отношений, вызванных трансформацией экономики. По мнению многих исследователей, действующая в стране система управления сложилась под воздействием таких факторов, как преобладание государственной собственности, жесткая система распределения и установления связей между предприятиями, ограниченная самостоятельность предприятий. Следовательно, при переходе к рынку необходимо теоретическое переосмысление и практическое преобразование всех элементов механизма управления.

Происходящие изменения требуют приспособления предприятий к выживанию в новых условиях. При этом существующий дефицит финансовых ресурсов заставляет предприятия мобилизовать свои внутренние ресурсы. Пересмотрены должны быть не только цели и стратегия предприятия, но и приведены в соответствие с новыми требованиями его организационная структура и система управления. Следовательно, возникает необходимость создания целостной, эффективной и гибкой системы управления, позволяющей наиболее полно реализовать возможности современного предприятия.

Несомненная актуальность и практическая значимость совершенствования организационных структур управления, а также недостаточное количество научных рекомендаций по данному вопросу предопределили выбор темы курсовой работы.

Объект исследования − управленческие отношения, возникающие в ходе формирования организационных структур управления организаций.

1. **Понятие, принципы построения и виды организационных структур управления**

По своему содержанию организация является многогранным понятием и представляет собой достаточно сложную систему. Во-первых, организация обозначает некоторую деятельность по разработке новых норм, налаживанию устойчивых связей, а также координации усилий отдельных членов социальной группы. Эта деятельность лучше всего характеризуется словом «организовывание». Иначе говоря, это деятельность, направленная исключительно на достижение эффекта синергии путем обеспечения условий для согласованных действий, кооперации и интеграции индивидов в группе.

Во-вторых, организация часто понимается как атрибут какого-либо объекта, его свойство иметь упорядоченную структуру. Это значит, что социальный объект имеет некоторое внутреннее строение и состоит из частей, определенным образом связанных. Обычно термин «организация» в этом смысле применяется для различения организованных и неорганизованных структур. Говорят, в частности, что какая-либо группа организована, если в ней существуют устойчивые социальные роли (т.е. каждый выполняет свою часть общего дела), правила, регулирующие поведение людей, а также упорядоченные связи с окружающими группами.

В-третьих, под организацией понимается искусственно созданная социальная группа институционального характера, выполняющая определенную общественную функцию. Банк в этом отношении представляет собой организацию, члены которой участвуют в выполнении функции накопления, распределения и упорядоченного использования денег, а школа – организацию, коллектив которой участвует в выполнении функций передачи знаний молодому поколению и его социализации.

Все три значения понятия «организация» тесно связаны между собой. Всякая организованная группа (третье значение этого понятия) должна формироваться в ходе ее «организовывания», т.е. деятельности по формированию ее внутренней структуры, системы коммуникации, культурных особенностей.

**2. Стратегия как фактор, определяющий организационную структуру управления**

Для любой организации выбор организационной структуры представляет определенную сложность. С одной стороны, предпочтительнее механистический тип структур, более простых, жестко структурированных, с вертикальной иерархией власти. К этому выводу склоняет анализ таких факторов, как размеры и виды деятельности организации, отношение к организации со стороны сотрудников и руководства. С другой стороны, такие факторы как географическое положение предприятия, применяемые технологии, динамизм внешней среды и т.д. говорят в пользу гибкого адаптивного типа структур. При этом очень сложно уравновесить требования времени, в соответствии с которыми многие организации переходят к более плоскому организационному построению, отказываясь от иерархичности, и специфику управления в той или иной организации, зачастую тяготеющей к планово-централизованной организации работы.

Кроме того, на подавляющем большинстве промышленных предприятий РФ не существует интегрированной системы стратегического управления. В лучшем случае высшее руководство под ней часто понимает интенсификацию коммерческих усилий маркетинговых служб, что и создает у него иллюзию реализации «эффективной практической стратегии». И если дела все равно идут плохо, то руководство считает главной причиной неудач работу службы маркетинга предприятия, хотя совершенствование системы управления является категорической необходимостью сегодняшнего дня. Зачастую высшее руководство российских предприятий не обладает необходимым комплексом стратегических знаний и навыков, качеством мышления. Вместе с тем в большинстве случаев просто отсутствует соответствие между структурой и стратегией в организации, поэтому следует произвести те изменения структуры, без которых невозможна эффективная реализация стратегии.

стратегия организационный структура управление

**Заключение**

Традиционно под структурой управления организацией понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого. Элементами организационной структурой управления могут быть как отдельные работники, так и службы либо органы аппарата управления, в которых занято то или иное количество специалистов, выполняющих определенные функциональные обязанности.

В структуре управления организацией различаются линейные и функциональные связи. Первые носят характер согласования и являются одноуровневыми. Вторые – это отношения подчинения. Необходимость в них возникает при иерархичности построения системы управления, то есть при наличии различных уровней управления, на каждом из которых преследуются свои цели. Многообразие функциональных связей и возможных способов их распределения между подразделениями организации и работниками определяет разнообразие возможных видов организационных структур. Все эти виды сводятся к следующим: линейная, функциональная, линейно-функциональная (штабная) и матричная.

Все базовые структуры имеют свои сильные и слабые стороны в отношении стратегии. «Наилучшая» структура – это та, которая наилучшим образом позволяет организации взаимодействовать с внешней средой, продуктивно и целесообразно распределять и направлять усилия своих сотрудников и таким образом удовлетворять потребности клиентов и достигать своих целей.

Для того чтобы провести работу по приведению структуры в соответствие со стратегией на должном уровне, исполнители стратегии должны выбрать базовую структуру; при необходимости модифицировать ее, чтобы она соответствовала специфике деятельности компании, и затем дополнить эту структуру всеми механизмами координации и коммуникации, которые требуются для эф

**Список литературы**

1. Ансофф И. Стратегическое управление. Сокр. пер. с англ. / Научн. ред. и предисловие Л.И. Евенко. − М.: Экономика, 1989. − 519 с.
2. Баринов В.А., Харченко В.Л. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. − М.: ИНФРА-М, 2006. − 285 с.
3. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. − 2-е изд., перераб. и доп. − М.: Гардарики, 2003. − 296 с.
4. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. − 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2008. − 288 с.
5. Герчикова И.Н Менеджмент: Учебник для вузов. Изд. 4-е, перераб., доп. − М: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. − 511 с.
6. Гучер Ф.Ж., Келли Д.Н. Преобразование организации. − М.: Дело, 2003. − 348 с.
7. Долгов А.И. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / А.И. Долгов, Е.А. Прокопенко. − М.: Флинта: МПСИ, 2008. − 280 с.
8. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. − M.: Аспект Пресс, 2002. − 415 с.
9. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Учеб. пособие. – 9-е изд., стереотип. – Мн.: Новое знание, 2006. − 336 с.
10. Лапин А.Н. Стратегическое управление современной организацией // Управление персоналом, 2004. − №15 (101). − с. 63–69.
11. Лунев В.Л. Тактика и стратегия управления фирмой. − М.: Финпресс, 1997. − 356 с.
12. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций – М.: ИНФРА-М, Новосибирск. Сибирское соглашение, 2001. − 288 с.
13. Мельничук Д.Б. Семь граней стратегического управления предприятием // Менеджмент в России и за рубежом, 2001. − №5. − с. 3–10.
14. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Общ. ред. и вст. ст. Л.И. Евенко. − М.: Дело, 2000. − 704 с.
15. Минцберг Г., Куинн Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. − СПб.: Питер, 2001. − 688 с.
16. Организационные структуры управления производством / Под общей ред. Б.З. Мильнера. − М.: Мысль, 2002. − 280 с.
17. Парахина В.Н. Стратегический менеджмент: учебник / В.Н. Парахина, Л.С. Максименко, С.В. Панасенко. − М.: КНОРУС, 2005. − 496 с.
18. Поршнев А.Г., Румянцева З.П., Саломатин Н.А. Управление организацией: Учебник. − 4-е изд., перераб. и доп. − М.: ИНФРА-М, 2008. − 736 с.
19. Пригожин А.И. Социология организаций. – М.: Наука, 1980. − 253 с.
20. Серпилин А. Основные подходы к разработке и внедрению стратегии развития предприятия // Проблемы теории и практики управления, 2000. − №6. − с. 78–86.
21. Стратегический менеджмент / Под ред. А.Н. Петрова. − СПб.: Питер, 2008. − 496 с.
22. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. − М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. − 576 с.
23. Федорова Н.Н. Организационная структура управления предприятием. – М.: ТК Велби, 2003. − 256 с.
24. Шифрин М.Б. Стратегический менеджмент. − СПб.: Питер, 2006. − 240 с.