**Боровик Юрій Тарасович. Формування організаційних структур будівельних фірм у відповідності до умов ринку : дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Українська держ. академія залізничного транспорту. - Х., 2006**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Боровик Ю. Т. Формування організаційних структур будівельних фірм у відповідності до умов ринку . – Рукопис.**Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Українська державна академія залізничного транспорту, Харків, 2006.Дисертацію присвячено теоретичному обґрунтуванню та створенню методичного підґрунтя для формування організаційних структур будівельних фірм у відповідності до умов ринку. Обґрунтовано необхідність і запропоновані напрямки реорганізації структури будівельних фірм (зокрема, транспортних) у ринкових умовах. Уточнено фактори, що визначають організаційну форму управління будівельних фірм.Удосконалено вимоги до побудови організаційних структур в умовах ринкових відносин. Розроблено пропозиції з методології формування структур управління будівельних фірм і організації процесу структурних змін. Запропоновано комплекс підходів та принципів проектування організаційних структур проектного управління транспортних будівельних фірм. Розроблена послідовність внутрішньофірмової перебудови будівельних організацій для адаптації внутрішньовиробничих зв’язків і взаємовідносин будівельних фірм. Розроблено основні напрямки формування і розвитку сучасного механізму управління транспортним будівельним комплексом. Уточнено класифікацію випадкових факторів відмови будівельного виробництва. |

 |
|

|  |
| --- |
| У дисертації розглянуті теоретичні основи і розроблені методологічні рекомендації з удосконалення процесу формування організаційних структур будівельних фірм у відповідності до умов ринку. Основні висновки, отримані в результаті дослідження, полягають у наступному:1. Встановлено напрямок змін організаційної структури, який визначається новими пріоритетами, що об’єктивно диктує ринок. Тому зростає роль фінансово-економічних функцій управління і з’являється ряд нових функцій, основні з яких маркетинг і стратегічне планування. Нові функції полягають у виявлені потреб ринку і знаходженні шляхів задоволення їх більш ефективними, ніж у конкурентів, способами з метою досягнення прибутковості в короткостроковій і довгостроковій перспективі.2. Уточнено співвідношення понять «організаційна структура управління» і «організаційна форма управління» і наведено їх визначення.3. Виявлені ряд тенденцій і закономірних вимог до побудови ОСУ в умовах ринкових відносин. Нова система (і відповідно їй структура управління) повинна активно пристосовуватися до впливу зовнішнього середовища. У зв’язку з зростанням плинності, нестабільності зовнішнього середовища, індивідуалізації замовлень, необхідністю прискорення впровадження технічних нововведень є тенденція переваги органічних структур над механістичними, тоб то у цілях підвищення адаптивності структури управління старі форми повинні уступати формам групового, децентралізованого прийняття рішень, горизонтальним взаємодіям структурних ланок.4. Систематизовано фактори удосконалення та розвитку ОФУ будівельних фірм, яка встановлює їх взаємозв’язок і взаємозалежність в ринкових умовах.5. Обґрунтовано доцільність застосування у сукупності системно-цільового і програмно-цільового підходів як методологічної основи проведення перебудови ОСУ, які, з урахуванням ринкових умов, запропоновано доповнити положенням про вибір стратегії розвитку (середнє- і довгострокової), а також організаційно-правової форми і способу приватизації.6. Визначено комплекс підходів і принципів проектування організаційних структур проектного управління транспортних будівельних фірм, який вирішує проблему проектування організаційної системи проекту і вибір найкращого варіанту організаційних рішень.7. Розроблено пропозиції щодо організації і змісту процесу формування структури управління будівельних фірм. Запропоновано для виконання спеціальної функції управління – удосконалення управління – утворити службу перспективного розвитку (стратегічного планування) будівельної фірми з формулюванням цілі її діяльності, основних задач і виконуваних функцій.8. Встановлено, що маркетингові дослідження на підприємствах будівельного комплексу слід розглядати як частину постійно діючого інтегрованого інформаційного процесу, а виробничий цикл починати з маркетингової діяльності.9. Суттєво доповнено класифікацію випадкових факторів відмови будівельного виробництва, у зв’язку з підвищенням ступеня невизначеності і динамічності в ринкових умовах, урахуванням фінансово-економічних, соціальних і форс-мажорних факторів, які мають значний вплив на діяльність будівельного комплексу.10. Запропоновано система оптимізації внутрішньофірмових відносин, яка спрямовує усі підрозділи на ефективне функціонування організації у цілому.11. Встановлено, що транспортний будівельний комплекс як цілісна система зберігається разом з притаманними йому внутрішніми протиріччями, тому своєчасне їх вирішення вимагає управління комплексом, як єдиним цілим, втому числі у формі промислово-фінансових груп. |

 |