

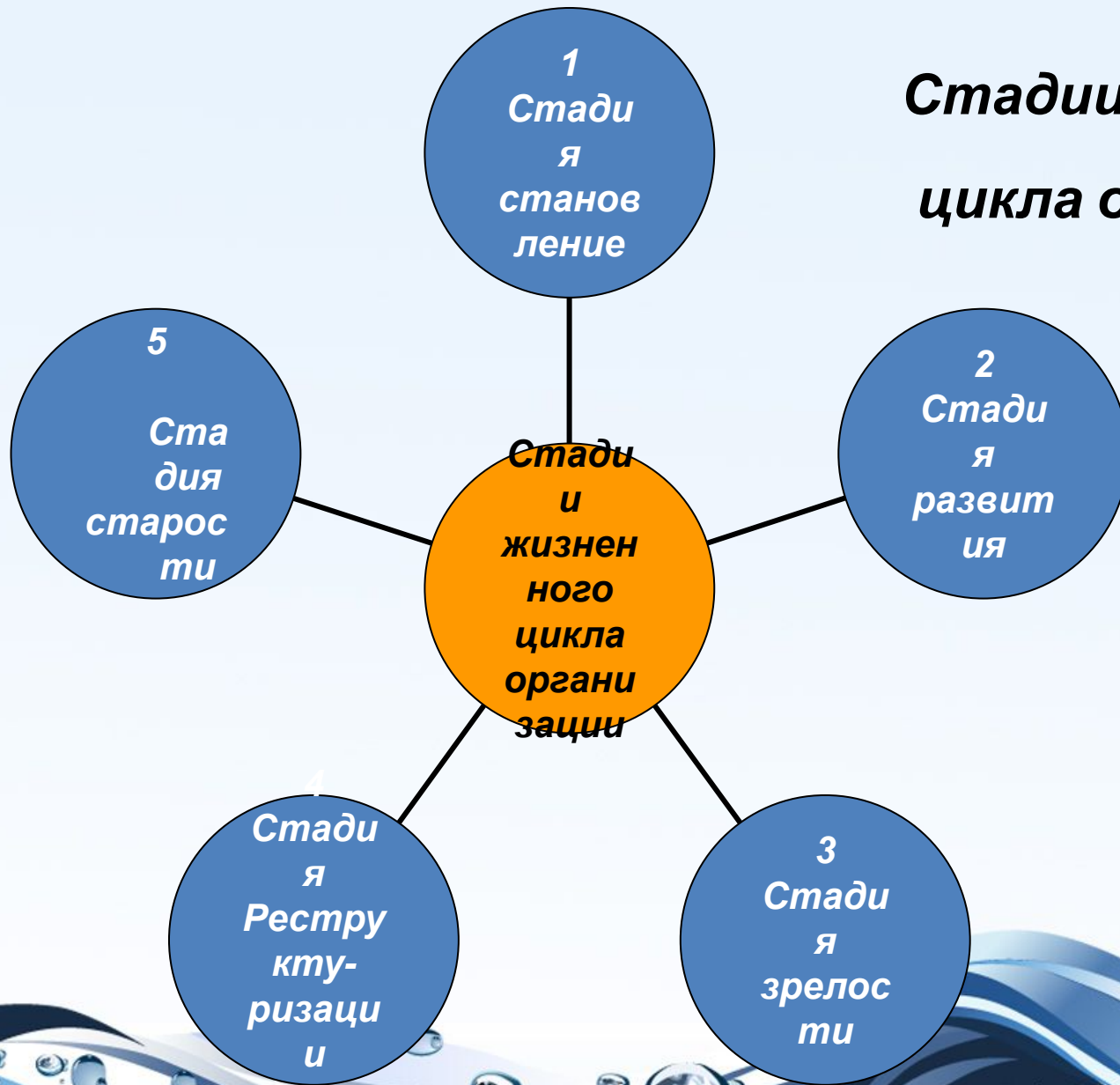
Жизненный цикл организации



Жизненный цикл организации – представляет собой период, в течение которого организация проходит определённую последовательность состояний, определяющих её создание, развитие, стагнацию и упадок.



Стадии жизненного цикла организации





**Стадия
Становле-
ния**

Организация находится в стадии становления, формируется жизненный цикл продукции. Цели еще нечеткие, творческий процесс протекает свободно, продвижение к следующему этапу требует стабильного обеспечения.

**Стадия
развития**

Происходит рост компании: идет активное освоение рынка, рост интеграции особенно интенсивны

**Стадия
зрелости**

Период стабилизации роста (развития) (формализация ролей, стабилизация структуры, акцент на эффективность). К этой стадии компания приходит с багажом прошлого опыта.

**Стадия
реструкт-
у-
ризации**

Это изменение структуры компании (порядка, расположения ее элементов), а также элементов, формирующих ее бизнес, под влиянием факторов либо внешней, либо внутренней среды

**Стадия
старост
и**

и
снижением прибыли; организация ищет новые
возмож-
ности и пути удержания рынков (высокая текучесть

Модели жизненных циклов организации

№	Год	Модель
1	1967	А. Даун: «Движущие силы роста»
2	1967	Г. Липпитт и У. Шмидт: «Управленческое участие»
3	1971	Б. Скотт: «Стратегия и структура»
4	1972	Л. Грейнер: «Проблемы лидерства на стадиях Эволюции и Революции»
5	1974	У. Торберт: «Ментальность членов организации»
6	1975	Ф. Лиден: «Функциональные проблемы»
7	1978	Д. Кац и Р. Кан: «Организационная структура»
8	1979	И. Адизес: «Теория жизненных циклов организации»
9	1983	Р. Куинн и К. Камерон: «Интегративная модель»

Этапы жизненного цикла организации по Ицхаку Адизесу



**Критерии определения стадии развития на примере
организации ООО «Балтоптима»**

Фазы развития	Критерии
Рождение	Возраст фирмы младше 10 лет, имеет неформальную структуру, во главе управления – менеджер-собственник
Развитие	Уровень продаж возрастает более чем на 15%, функционально организованная структура, политика формализована
Зрелость	Уровень продаж растет, но прирост составляет менее 15%, более бюрократическая организация
Расцвет	Уровень продаж снова возрастает более чем на 15%, используются сложные системы контроля и планирования
Спад	Ограничение выпуска продукции, прибыль падает

***СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!***

