

УДК 005.41

## ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО СТРУКТУРА

© Цыбатова М.В., Заводчикова Т.Б.

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: mvc2606@mail.ru

Современный этап развития отечественного бизнеса обуславливает актуальность проблемы жизненного цикла организации. Каждый раз, когда бизнес переходит с одного этапа на другой, ему необходимо отказываться от старых моделей поведения и осваивать новые. Жизненный цикл используется для объяснения того, как продукт проходит этапы рождения или образования, роста, зрелости и упадка. Жизненный цикл организации – это совокупность стадий развития, которые проходит фирма за период своего существования. Первая задача, стоящая перед предпринимателями, которые хотят развивать организации – это понять, в какой фазе жизненного цикла организации они находятся в данный момент, и уже далее начинать принимать меры по развитию предприятия. Организации обладают некоторыми исключительными качествами, требующими изменения концепции жизненного цикла. По оценке экспертов, существует 4 стадии жизненного цикла организации, а именно:

- Становление;
- Рост;
- Зрелость;
- Упадок.

На каждом из этих этапов решаются различные управленческие задачи. Часто основателям организации и ее команде приходится делать все необходимое, чтобы оставаться в бизнесе. Опытные менеджеры научились распознавать конкретный жизненный цикл, через который проходит система. Эти менеджеры понимают типы проблем, с которыми они сталкиваются в течение жизненного цикла [2].

На этапе становления наиболее важным является привлечение людей с самой высокой квалификацией, которые станут источником мотивации и профессионализма организации. Нельзя ожидать от команды хороших результатов с момента ее формирования. Формирование команды – это то же самое, что поддержание отношений. Это требует времени, терпения, поддержки, усилий, и члены команды часто проходят через узнаваемые стадии, когда они превращаются из группы незнакомцев в объединенную группу с общими целями. Эта стадия представляет собой время, когда группа только начинает собираться вместе, и описывается с тревогой и неуверенностью. Члены группы сдержанны в своем поведении, что обусловлено их желанием быть принятыми всеми членами группы. Конфликты, споры, непонимание и личные мнения избегаются, даже если члены группы начинают формировать впечатления друг о друге и получают понимание того, что группа будет делать вместе [5]. Типичные последствия этапа формирования включают в себя достижение понимания цели группы, определение того, как команда будет организована и кто будет отвечать за что, обсуждение основных этапов или этапов достижения цели группы, которое включает в себя примерный график проекта, изложение общих правил группы, которые включают в себя время и место встреч, какие ресурсы будут доступны для использования группой. На этом этапе члены группы учатся тому, что делать, как группа будет действовать, что ожидается и что приемлемо [3].

На стадии развития организация инвестирует в расширение бизнеса на рынке. Сотрудники должны удовлетворять рыночный спрос на товары и услуги.

На стадии зрелости – стабилизируется его организационная структура и культура. Менеджеры стремятся поддерживать текучесть кадров, обеспечивая достаточное количество новых рабочих мест. В то же время становится важным поддерживать контроль над затратами и устойчивое развитие рабочей силы [4].

На стадии спада организации сталкиваются в первую очередь с сопротивлением переменам. Важным аспектом является помощь сотрудникам в поиске себя в новой ситуации с предоставлением им возможности карьерного консультирования и переподготовки [1].

Проведенное исследование свидетельствует, что умение правильно определить конкретный этап жизненного цикла организации дает управленцам чувство перспективы и помогает им решить, как реагировать на изменяющиеся условия внутренней и внешней среды организации, как решать важные задачи и прогнозировать будущее.

### **Библиографический список**

1. Берг Д.Б. Модели жизненного цикла организации: учебник для бакалавров. Люберцы: Юрайт, 2018. 988 с.
2. Ю.А. Брагин, Макарова Л.А., Маляренко К.С. [и др.]. Технология розничной торговли: учебное пособие. М.: ИЦ РИОР, 2017. 170 с.
3. Егоров Е.Ф. Организация торговли. М.: Книга по Требованию, 2015. 597 с.
4. Костюкова И.Н. Экономический рост: теоретические аспекты: учебник. 3-е изд., пер. и доп. Люберцы: Юрайт, 2016. 486 с.
5. Терещенко Н.Н. Экономическая теория. М.: Омега-Л, 2015. 448 с.