Практическое задание «Жизненный цикл организации»

Модели ЖЦО

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название модели / автор | Схема | Характеристика этапов |
| Adizes Institute И.Адизеса | организация движется от рождения к расцвету, а потом — к смерти. Он поделил жизнь компании на десять этапов. | «Увлечение», или «Ухаживание». Компании ещё нет. Предприниматель думает над решением — он воодушевлён идеей и полон энтузиазма.  «Младенчество». Основатель набирает сотрудников, арендует помещение, готовит документы.  «Давай-Давай», или «Вперёд-Вперёд». Сбыт уже налажен, продажи растут. На этом этапе компании часто забывают о потребностях клиентов.  «Юность». Организация растёт. Собственнику сложно ей управлять, поэтому он нанимает менеджеров.  «Расцвет». Компания начинает дорабатывать продукты под потребности клиентов.  «Стабильность». Компания продолжает работать с потребностями клиентов, сбытом и прибылью.  «Аристократизм». Компания перестаёт развиваться. Руководство решает не делать ничего, что не принесёт прибыли в кратчайшей перспективе.  «Салем-Сити», или «Охота на ведьм». В коллективе много конфликтов.  «Бюрократия». Компания может существовать только за счёт внешней финансовой поддержки.  «Смерть». Банкротство организации. |
| Модель Р. Дафта | Р. Дафт выделяет 4 этапа | Стадия 1. "Предпринимательство". Когда рождается организация, основной упор делается на создание продукта и выживание на рынке, предприниматель посвящает всю свою энергию на техническое производство и маркетинг.  Стадия 2. "Коллективная работа". На этом этапе обдумываются все за и против.  Стадия 3. "Формализация". В рамках делегирования и децентрализации выстраивается новая иерархия власти – создаются отделы, подразделения, департаменты.  Стадия 4. "Развитие групповой работы". Во избежание дальнейшей бюрократизации проводится реструктуризация.  Далее у организации есть несколько путей, это:  "Мышление малых фирм" - это поиск новой "идеи", кардинальная перестройка организации, по сути, возврат на стадию 1 (в основном в структуре, а не размерах).  "Продолжение зрелости" - поиск новых подходов в рамках существующей системы организации, затяжная "зрелость" обычно кончается "упадком" и "смертью".  "Упадок", за которым следует "Смерть" организации. |
| Модель Э. М. Короткова | описывает пять этапов | 1. Эксплерентная стадия. Характеризует рождение предприятия и формирование его первоначальной структуры. 2. Патиентная стадия. Предприятие завоевывает какой-либо сегмент рынка, упрочняет свои рыночные позиции, вырабатывает конкурентные стратегии, также повышается роль маркетинга в управлении. 3. Виолентная стадия. В этот период предприятие достигает зрелого состояния, устойчивого положения на рынке. 4. Старение. Характеризуется бюрократией на всех этапах управления, гибелью новых идей. 5. Распад или диверсификация. Завершает жизненный цикл. |
| Модель ЖЦО по А.И.Пригожину | Выделяет 9 стадий | 1. Первая стадия — это малая бизнес-группа (друзья, родственники или лидер со своей командой). Отношения внутри группы — неформальные. Это протоорганизации, в которых не всегда даже обозначена иерархия.  2. Если малая группа выжила, то она вступает во вторую стадию — стадию формализации отношений: разделение полномочий, установление иерархии управления, разработка и реализация общих стандартов, процедур и правил организационного поведения.  3. Увеличение организации приводит к необходимости ее реструктуризации (третья стадия). Главная задача реструктуризации — обеспечить соответствие заработков работников результатам их труда. При этом организация все больше развивает свой внутренний рынок и внутрифирменное предпринимательство. Ее подразделения наделяются определенной автономией в решении бизнес-задач. Высший орган управления обеспечивает преимущественно только контроль за прибылью.  4. Такая реструктуризация требует новых методов мотивации персонала и технологий управления (четвертая стадия). Теоретическую основу для этих технологий в большей мере составляют бихевиористические теории и теории адаптивного управления.  5. В результате реструктуризации и новой мотивации структура организации становится более дезинтегрированной. Появляется потребность усиления организации как целого. Ставятся задачи по командообразованию (пятая стадия).  6. Деятельность команд направлена на инноватику: поиск путей обновления продукции, новых методов работы с клиентурой и др. (шестая стадия).  7. Далее зрелая, информационно-ориентированная команда приходит к разработке новой стратегии и осознанию необходимости стратегического управления (седьмая стадия).  8. Новое представление о будущем организации приводит к пересмотру ценностей, норм и правил поведения, то есть формированию организационной культуры (восьмая стадия).  9. Завершающей, девятой стадией формирования организационной культуры является формирование идеологии организации. |
| Модель Б. З. Мильнера | Состоит из 5 этапов | 1. Этап предпринимательства. Организация находится в стадии становления, формируется жизненный цикл продукции.  2. Этап коллективности. Развиваются инновационные процессы предыдущего этапа, формируется миссия организации.  3. Этап формализации и управления. Структура организации стабилизируется, вводятся правила, определяются процедуры.  4. Этап выработки структуры. Организация увеличивает выпуск продукции и расширяет рынок оказания услуг.  5. Этап упадка. В результате конкуренции, сокращающегося рынка организация сталкивается с уменьшением спроса на свою продукцию или услуги. |
| модель Емельяновой Е.Н. и Поварицыной С.Е. | Состоит из 6 этапов | Этап «Тусовка» - преобладают неформальные отношения, «общинный» менталитет, равноправие, идеологическое (харизматическое) лидерство и непрофессиональное - дружеское или патерналистское - управление.  Этап «Механизация» - повсеместная формализация отношений, процессов и процедур. Организация переходит к регулярному менеджменту.  Этап «Внутреннее предпринимательство» - главной задачей организации, которая фактически представляет собой несколько разных бизнесов, становится повышение эффективности деятельности.  Этап «Управление качеством» - компания нацеливается на захват стратегических приоритетов на рынке через создание собственных стандартов качества. Высочайший уровень производства основывается на внедрении и развитии идеологии «внутреннего клиента», когда каждое подразделение компании становится заказчиком для одних подразделений и исполнителем для других. Однако в целом технологическая цепочка ориентирована на конечный результат, работает на клиента организации. |
| модель Л.Грейнера | проходит через 5 этапов роста | Этап первый: рост через творчество  На первом, начальном этапе своего роста компания только создает свой продукт и определяет границы своего рынка. Стремительный рост бизнеса на данном этапе приводит к возникновению кризиса лидерства.  Этап второй: рост через управление  После установления четких правил работы в компании начинается очередной стабильный рост продаж. Компания растет, появляются новые отделы и новый управленческий персонал.  Этап третий: рост через делегирование  Когда все процессы делегирования полномочий настроены, компания продолжает свою эволюцию. Рост компании обеспечивается в первую очередь мотивацией персонала.  Четвертый этап: рост через координирование  Благодаря принятию согласованных решений компания снова выходит на линию роста продаж. Теперь все решения соотносятся с общей миссией компании и с общими целями топ-менеджмента, риск ошибок становится минимальным.  Пятый этап: рост через сотрудничество  На заключительном этапе своего роста компания пересматривает построение взаимоотношений внутри компании. |
| циклы развития бизнеса по Л.Данко | делится на пять этапов | Период обозначен как «Тяжёлая работа!»  1 этап «Творец»  2 этап «Глупец»  3 этап «Победитель»  4 этап «Грабитель»  5 этап «Делящийся или ренессанс творца?» |
| стадии по Д.Миллеру и Ф.Фризену | Состоит из 5 этапов | «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  «Упадок». Бизнес теряет количество продаж, что может привести и к «смерти» |

Вывод:Во всех этапах, всех авторов есть как минимум три одинаковых этапа жизни организации. Это его рождение, его развитие, и его упадок или смерть. Из чего можно сделать основной вывод, что все эти теории не очень отличаются друг от друга, потому что во многом структуры их теорий могут повторяться