

ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ЗРОСТАЮЧИХ ТА ЗРІЛИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

БОБРОВНИК Валентина

кандидат економічних наук, доцент
Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-4125-3931>
e-mail: bobrovnykva@khnmu.edu.ua

ЗАНИХАЙЛО Роман

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0009-0006-4334-5924>
e-mail: rszanykhailo@khnmu.edu.ua

Сучасне бізнес-середовище характеризується високою динамічністю, що вимагає адаптації стратегій управління до глобальних змін. Ефективне управління етапами зростання та зрілості компанії є критично важливим для забезпечення їх стійкості та довгострокового розвитку.

У статті проведено систематизацію основних викликів з якими стикаються зростаючі та зрілі компанії. На основі аналізу теоретичних підходів та емпіричних досліджень сформовані інструменти управління життєвим циклом зростаючих та зрілих компаній в умовах технологічних трансформацій та глобалізації. Особлива увага зосереджена на інструментах моніторингу ризиків, управління змінами, впровадження сучасних технологій.

Результати дослідження базуються на міждисциплінарному підході та спрямовані на вдосконалення практики управління життєвим циклом компанії. Основні висновки сприяють розвитку теорії життєвого циклу компанії, надають теоретико-методологічну базу для розробки адаптивних стратегій, що інтегрують принципи фінансово-економічної безпеки, стійкості та інноваційного розвитку та дозволяють компаніям не лише адаптуватися до викликів, а й перетворювати їх на можливості в умовах мінливого бізнес-середовища.

Ключові слова: життєвий цикл компанії, інструменти управління, технологічні трансформації, конкурентоспроможність, управління змінами.

TOOLS FOR MANAGING THE LIFECYCLE OF GROWING AND MATURE COMPANIES IN THE CONDITIONS OF TECHNOLOGICAL TRANSFORMATIONS AND GLOBALIZATION

BOBROVNYK Valentyna, ZANYKHAILO Roman

Khmelnytskyi National University

Modern business environment is characterized by high dynamism, which requires the adaptation of management strategies to global changes. Effective management of the growth and maturity stages of companies is critically important to ensure their sustainability and long-term development.

A systematization of the main challenges faced by growing and mature companies has been conducted in the article. Based on the analysis of theoretical approaches and empirical research, tools for managing the lifecycle of growing and mature companies in the conditions of technological transformations and globalization have been formed. A special attention is paid to tools for risk monitoring, change management, and the implementation of modern technologies.

The results of the research are based on the interdisciplinary approach and are aimed at improving the practice of company lifecycle management. The main conclusions contribute to the development of the company lifecycle theory, providing a theoretical and methodological basis for the development of adaptive strategies that integrate the principles of financial and economic security, sustainability, and innovative development. This allows companies not only to adapt to challenges but also to transform them into opportunities in a changing business environment. Particular attention is paid to the tools of risk monitoring, change management, and the implementation of modern technologies. The research results are based on an interdisciplinary approach and are aimed at improving the practice of company lifecycle management. The main conclusions contribute to the development of the company lifecycle theory, providing a theoretical and methodological basis for the development of adaptive strategies that integrate the principles of financial and economic security, sustainability, and innovative development. This allows companies not only to adapt to challenges but also to transform them into opportunities in a changing business environment.

Keywords: company lifecycle, management tools, technological transformations, competitiveness, change management

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Управління життєвим циклом компанії є однією з ключових проблем сучасної теорії і практики менеджменту. Зі зміною глобальних економічних умов, активізацією технологічного прогресу, цифрової трансформації та загостренням конкурентної боротьби, компанії на різних етапах свого розвитку стикаються з різними викликами. Основна проблема полягає в тому, що більшість компаній не мають чіткої стратегії адаптації, відповідно до етапу свого життєвого циклу, що ускладнює їх ефективне функціонування та довгострокове зростання.

Зростаючі компанії стикаються з викликами масштабування, управління інноваціями та збереження гнучкості в умовах швидкої зміни ринку. Натомість зрілі компанії, часто опиняючись у стані стагнації, втрачають здатність адаптуватися до нових реалій ведення бізнесу, що може призвести до зниження конкурентоспроможності та навіть виходу з ринку. Визначення ефективних інструментів саме для цих етапів життєвого циклу компанії є вирішальним для формування та підтримки конкурентної переваги.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематика управління життєвим циклом компанії має важливе наукове та практичне значення. У науковому контексті вона досліджується через призму теорій організаційних змін: Курт Левін [1, 2], Джон Коттер [3, 4], Річард Бекхард [5] та Роджер Харрісон [6]; стратегічного управління: Ігор Ансофф [7], Майкл Портер [8], Генрі Мінцберг [9] та інноваційного розвитку: Йозеф Шумпетер [10], Клейтон Крістенсен [11], Еверетт Роджерс [12].

Завдяки роботам цих авторів сформовано ґрунтовну теоретичну основу для дослідження й ефективного практичного застосування механізмів управління життєвим циклом компанії. Їх ідеї інтегрують ключові концепції організаційних змін, стратегічного управління та інноваційного розвитку, що дозволяє системно аналізувати кожен етап життєвого циклу компанії – від зародження та зростання до зрілості, трансформації чи занепаду.

Дослідження життєвого циклу компаній в умовах сучасних викликів технологічної трансформації – Макса Тегмарка [13], Клауса Шваба [14]; глобалізації – Томаса Фрідмана [15], Річарда Болдвіна [16]; сталого розвитку – Майкла Портера та Марка Р. Крамера [17] набуває особливої актуальності в контексті швидких змін у бізнес-середовищі.

Технологічні інновації, такі як штучний інтелект, автоматизація та аналіз великих даних, відкривають нові можливості для компаній на всіх етапах їх життєвого циклу. Однак вони також створюють нові ризики для традиційних бізнес-моделей, що може призвести до кризових ситуацій для тих, хто не встигає адаптуватися до технологічних змін. Глобалізація, з іншого боку, створює значний тиск на компанії, змушуючи їх змагатися на міжнародних ринках, де конкуренція стає все більш інтенсивною. Це потребує від компаній не лише стратегічної гнучкості, але й здатності до швидкої реакції на зміни в зовнішньому середовищі. Водночас сталий розвиток, що став важливим аспектом сучасних бізнес-стратегій, змушує компанії інтегрувати екологічні та соціальні чинники в свою діяльність. Це не тільки відповідає вимогам споживачів і регуляторів, але й стає фактором, що забезпечує довгострокову конкурентоспроможність компаній. Тому вивчення цих факторів є необхідним для побудови ефективних стратегій управління на різних етапах життєвого циклу компанії, що дозволяє забезпечити її стійкість, зростання та адаптацію до нових умов.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Основною метою статті є дослідження інструментів управління компаніями на різних етапах їх життєвого циклу, зокрема для зростаючих та зрілих компаній, аналіз ризиків, що супроводжують ці етапи, а також розробка рекомендацій щодо використання ефективних стратегій адаптації до динамічних змін ринкового середовища.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБІРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

У бізнес-середовищі компанії не існують у вакуумі, їх розвиток та тривалість існування є результатом складного і динамічного процесу, який можна описати через життєвий цикл (зародження, зростання, зрілість і занепад). У кожного з цих етапів є свої особливості, потреби і виклики, що зумовлює необхідність систематизації управлінських завдань і підбору відповідних інструментів щодо існуючих теоретико-практичних напрацювань та сучасних викликів, зумовлених такими глобальними чинниками, як технологічні інновації, глобалізація та екологічні аспекти.

Технологічний прогрес сприяє трансформації бізнес-моделей, змушуючи компанії швидко адаптуватися до нових реалій. Глобалізація, зі свого боку, відкриває доступ до нових ринків, але водночас загострює конкуренцію, вимагаючи від бізнесу гнучкості та стратегічного мислення. Екологічні виклики, включаючи зміну клімату та обмеженість природних ресурсів, стимулюють компанії розробляти сталі рішення та інтегрувати екологічну відповідальність у свою діяльність. Усе це змінює правила гри на ринку, змушуючи компанії поєднувати інновації з соціальною відповідальністю.

Четверта промислова революція (Industry 4.0) додає ще один вимір до цієї трансформації, акцентуючи увагу на використанні передових технологій, таких як штучний інтелект (AI), автоматизація, великі дані (Big Data) та інтернет речей (IoT). Ці інструменти дозволяють компаніям оптимізувати процеси, підвищувати ефективність та створювати нові продукти й послуги, орієнтовані на потреби клієнтів. Наприклад, штучний інтелект забезпечує персоналізацію маркетингових кампаній, автоматизація спрощує логістичні процеси, а великі дані допомагають ухвалювати рішення на основі точного аналізу. Водночас розвиток IoT дозволяє створювати розумні пристрої та системи, які роблять можливими нові способи взаємодії між споживачами та

бізнесом. Усі ці тренди формують нові підходи до ведення бізнесу, створюючи можливості для зростання та водночас ставлячи нові завдання.

Життєвий цикл компанії - це природний процес, однак успіх чи невдача залежить від того, наскільки ефективно компанія здатна адаптуватися до змін на кожному етапі цього циклу. Особливої актуальності це набуває на етапі зростання та зрілості компанії, які у подальшому визначають довгостроковий успіх компанії. Поглиблене вивчення цих фаз дозволяє компаніям вчасно реагувати на зміни в ринковому середовищі та вживати заходів для запобігання занепаду.

Зазначимо, що етап зростання є критичним моментом, адже компанія активно розвивається, масштабуючи свої ресурси, розширюючи ринки і збільшуючи клієнтську базу. Вивчення цього етапу дозволяє з одного боку, визначити оптимальні стратегії для управління швидким розвитком, мінімізуючи ризики, такі як перевантаження ресурсів або втрати контролю над якістю. З іншого, проаналізувати низку викликів, які можуть загрожувати сталому розвитку та довгостроковій конкурентоспроможності. Швидке зростання може спричинити труднощі з координацією бізнес-процесів, що призводить до неефективного використання ресурсів та втрати контролю над операційною діяльністю.

Зростання обсягу продажів, кількості співробітників та клієнтської бази потребує перегляду управлінських структур і процесів, аби зберегти ефективність. Водночас важливо утримувати ключових працівників, щоб забезпечити стабільність та знання всередині компанії. Це обумовлює необхідність у залученні висококваліфікованих фахівців для підтримки бізнес-процесів та розвитку інновацій. У свою чергу, процес масштабування потребує інвестицій в нові ринки, виробничі потужності чи технології. На цьому фоні може виникнути проблема браку фінансових ресурсів та поява ризиків для ліквідності та фінансової стабільності.

Зрілі компанії стикаються з унікальними викликами, що пов'язані з фазою зрілості та можливим занепадом в їх життєвому циклі. Це період стабільності, але також час для переосмислення стратегії і пошуку нових можливостей для розвитку. Дослідження цього етапу допомагає виявити найбільш ефективні методи підтримки конкурентоспроможності, такі як диверсифікація, модернізація продукції або освоєння нових ринків.

Зрілим компаніям часто бракує потенціалу для швидкого зростання через насиченість ринку, гнучкості в адаптації до нових технологій, що може призвести до втрати інноваційної активності та появи технологічного відставання від конкурентів, оскільки нові компанії або стартапи пропонують більш інноваційні, дешевші або ефективніші рішення. Це знижує їхню конкурентоспроможність у швидкозмінливому ринковому середовищі.

У зрілих компаніях може з'явитися опір змінам на рівні керівництва або працівників через усталеність процесів та внутрішніх культурних норм. Це значно ускладнює адаптацію до нових умов ринку або впровадження інновацій. На стадії зрілості або занепаду компанії можуть зіткнутися з нестачею фінансових ресурсів через зниження прибутковості. Інвестиції у розвиток та інновації стають обмеженими, що створює ризики для подальшої діяльності. Компанії у цій фазі часто стикаються з втратою клієнтів через появу більш сучасних та динамічних конкурентів. Довіра до бренду може бути підірвана через асоціації з застарілими продуктами або рішеннями.

У розрізі викладеного, кожен етап життєвого циклу - від запуску до зростання, зрілості та старіння - вимагає різних інструментів для подолання викликів (таблиця 1).

На стадії зростання життєвого циклу компанії ключовим завданням є масштабування операцій, що дозволяє ефективно збільшити виробничі потужності та знизити витрати.

Оптимізація внутрішніх процесів через автоматизацію, вдосконалення логістики та зменшення циклів виробництва дозволяє забезпечити високий рівень ефективності та гнучкості в умовах росту.

Диверсифікація продукції стає важливим інструментом для компаній, які прагнуть задовольнити різноманітні потреби споживачів, зменшити залежність від одного сегмента ринку та знижувати ризики, пов'язані з коливаннями попиту на окремі продукти. Розширення асортименту дозволяє компанії входити в нові сегменти і забезпечувати стабільність навіть у випадку змін у ринкових умовах.

Управління командою також набуває вирішального значення на стадії зростання, коли компанія повинна активно розвивати таланти для підтримки стабільного прогресу. Впровадження системи управління талантами, що включає навчання, розвиток і мотивацію співробітників, дозволяє підтримувати високу продуктивність та залученість персоналу, що є основою для успішного масштабування бізнесу. Одночасно, впровадження CRM-систем допомагає компанії покращити взаємовідносини з клієнтами, що є важливим фактором у підвищенні лояльності та задоволення потреб споживачів. CRM-системи дозволяють автоматизувати процеси обслуговування клієнтів, збирати цінну інформацію про їхні вподобання та сприяють збереженню постійних відносин, що є критичним для компаній, які переживають стадію активного зростання.

Стратегічне управління ринковими можливостями, інноваціями та ризиками має ключове значення для підтримання стабільного розвитку на стадії зрілості життєвого циклу компанії. Регулярний моніторинг конкурентного середовища та змін у споживчих вподобаннях дозволяє оперативно виявляти нові можливості для покращення позицій на ринку. Постійне вдосконалення існуючих продуктів та розробка нових рішень відповідно до потреб споживачів сприяють збереженню лояльності та привабливості бренду. Впровадження

інновацій, таких як оновлення технологій або розширення асортименту, допомагає підтримувати динамічний розвиток, навіть на стадії зрілості.

Таблиця 1

**Систематизація викликів для зростаючих та зрілих компаній
з урахуванням інструментів щодо їх подолання**

Виклик	Інструменти для подолання
Зростаючі компанії	
Управління швидким зростанням	Розробка та впровадження масштабованих бізнес-процесів. Це може включати автоматизацію управлінських процесів, застосування ERP-систем для інтеграції та оптимізації внутрішніх операцій. Впровадження гнучкої організаційної структури, яка може адаптуватися до швидких змін ринку та зростання внутрішніх операцій.
Залучення та утримання кваліфікованого персоналу	Розробка ефективних систем мотивації та розвитку персоналу. Це може включати програми професійного розвитку, тренінги, систему бонусів та кар'єрного росту. Створення позитивної корпоративної культури та інвестування в HR-практики, які підвищують лояльність співробітників.
Забезпечення фінансової стабільності	Залучення зовнішніх інвестицій через венчурні фонди, інвестиційні платформи або краудфандинг. Управління грошовими потоками за допомогою фінансового планування та прогнозування, що дозволить контролювати витрати та уникнути касових розривів.
Адаптація до змін на ринку та збереження інноваційної активності	Впровадження динамічних здібностей, які дозволяють компанії адаптувати свої процеси та стратегії відповідно до нових умов ринку (як пропонував Дейвід Теес). Постійні інвестиції в R&D та інновації, що дозволяє компанії впроваджувати нові продукти чи послуги на ринок, зберігаючи лідерські позиції.
Конкуренція та утримання ринкових позицій	Формування чіткої конкурентної стратегії, використовуючи підходи Майкла Портера, які включають стратегії диференціації або лідерства за витратами. Акцент на створенні сильного бренду та підвищенні клієнтської лояльності через якість обслуговування та управління відносинами з клієнтами (CRM-системи).
Зрілі компанії	
Зниження темпів зростання та ринкова стагнація	Диверсифікація продуктового портфеля. Це включає вихід на нові ринки або розробку нових продуктів і послуг, які можуть задовольнити нові сегменти споживачів. Пошук нових ринків або географічне розширення для збільшення збуту та зменшення залежності від основних ринків.
Втрати інноваційної активності та технологічне відставання	Оновлення технологій: Інвестиції в нові технології для покращення процесів та продуктів. Інноваційні альянси та партнерства. Зрілі компанії можуть співпрацювати з інноваційними стартапами або дослідницькими інститутами для впровадження нових технологій і розробки інноваційних продуктів. Реінжиніринг бізнес-процесів передбачає адаптацію та модернізацію внутрішніх процесів компанії для підвищення їх ефективності за допомогою сучасних технологій. Впровадження культурної трансформації. Заохочення інновацій та адаптації через зміни в корпоративній культурі.
Втрата конкурентних позицій та посилення тиску з боку нових гравців	Переорієнтація на конкурентну стратегію через реструктуризацію бізнесу, диверсифікацію або фокусування на ніші, де компанія має унікальні переваги. Створення стійкої клієнтської бази за допомогою програм лояльності, персоналізованих пропозицій та покращеного обслуговування. Переосмислення цінової політики: Впровадження нових цінових стратегій для покращення конкурентоспроможності. Зміцнення бренду: Поліпшення іміджу бренду через активні комунікації та рекламні кампанії. Реструктуризація бізнес-моделі: Зміна моделей бізнесу, щоб зосередитися на нових потребах клієнтів. Зосередження на нішевих ринках: Фокусування на спеціалізованих продуктах або послугах для уникнення конкуренції.
Організаційна інертність та опір змінам	Управління змінами та впровадження нової організаційної культури, яка сприяє інноваціям, гнучкості та адаптації. Важливо, щоб керівництво активно підтримувало зміни і залучало співробітників до цього процесу. Проведення тренінгів для співробітників та програми з перепідготовки, які допоможуть пристосуватися до нових викликів.
Організаційна інертність та опір змінам	Управління змінами: Створення програми для підтримки змін і залучення співробітників до процесу трансформації. Навчання та розвиток персоналу: Проведення тренінгів для підвищення кваліфікації співробітників і підтримки їх готовності до змін.
Загроза вичерпання фінансових ресурсів	Оптимізація витрат та фінансова реорганізація. Старіючі компанії можуть скоротити зайві витрати та переорієнтувати ресурси на найбільш перспективні напрями діяльності. Пошук зовнішніх інвестицій, наприклад, через емісію облігацій або залучення стратегічних інвесторів.
Утримання клієнтів та відновлення довіри до бренду	Ребрендинг та оновлення іміджу компанії, щоб показати клієнтам її готовність до змін та інновацій. Акцент на сервісній підтримку та покращення якості обслуговування клієнтів, що дозволяє відновити довіру та лояльність споживачів.

* Джерело: сформовано авторами

Управління ризиками та фінансова оптимізація на цій стадії зосереджуються на забезпеченні ефективності та стабільності бізнесу. Розробка та впровадження системи управління ризиками допомагає компанії зменшувати можливі негативні впливи зовнішніх і внутрішніх чинників, що можуть перешкоджати її розвитку. Одночасно, фінансова оптимізація, включаючи управління оборотним капіталом і зменшення

витрат, сприяє підвищенню фінансової ефективності компанії. Це дозволяє підтримувати здорові фінансові показники, необхідні для підтримки конкурентоспроможності та подальшого успіху на ринку.

Оцінювання ефективності управління життєвим циклом компанії на етапах зростання та зрілості дозволяє компанії вчасно коригувати свої стратегії та тактики для досягнення стабільного розвитку та підтримки конкурентоспроможності. В таблиці 2 систематизовані інструменти управління на етапах зростання та зрілості компанії у контексті ключових об'єктів.

Таблиця 2

Інструменти управління на етапах зростання та зрілості компанії у контексті об'єктів: ризики, зміни та впровадження сучасних технологій

Етап життєвого циклу	Ключові аспекти	Інструменти моніторингу ризиків	Інструменти управління змінами	Інструменти впровадження сучасних технологій
Зростання	Швидке масштабування бізнесу, вихід на нові ринки	<ul style="list-style-type: none"> – SWOT-аналіз; – Аналіз сценаріїв; – Моніторинг конкурентів 	<ul style="list-style-type: none"> – Agile-методології; – Комунікаційні стратегії для адаптації персоналу 	<ul style="list-style-type: none"> – CRM-системи; – Інструменти бізнес-аналітики; – Хмарні технології
	Залучення інвестицій	<ul style="list-style-type: none"> – Аналіз кредитоспроможності; – Рейтингова оцінка ризиків 	<ul style="list-style-type: none"> – Розробка стратегій фінансової стабільності; – Інтеграція інвесторів 	<ul style="list-style-type: none"> – Платформи фінансового аналізу; – Технології для залучення капіталу
	Розширення асортименту	<ul style="list-style-type: none"> – ABC-аналіз товарів; – Аналіз циклу попиту 	<ul style="list-style-type: none"> – Реорганізація виробничих процесів; – Управління портфелем продуктів 	<ul style="list-style-type: none"> – CAD/CAE-системи для проєктування; – Інноваційні виробничі платформи
Зрілість	Оптимізація процесів	<ul style="list-style-type: none"> – KPI-аналіз ефективності; – Постійний аудит витрат 	<ul style="list-style-type: none"> – Lean-управління; – Six Sigma для зниження вартості процесів 	<ul style="list-style-type: none"> – ERP-системи Інтеграція – IoT-рішень у виробничі процеси
	Утримання ринкових позицій	<ul style="list-style-type: none"> – Моніторинг частки ринку; – Аналіз поведінки споживачів 	<ul style="list-style-type: none"> – Оновлення брендингу; – Персоналізовані маркетингові стратегії 	<ul style="list-style-type: none"> – Big Data для аналізу споживачів; – Платформи автоматизації маркетингу
	Зміцнення стійкості та відповідальності	<ul style="list-style-type: none"> – Оцінка впливу ESG-факторів; – Аудит ланцюгів поставок 	<ul style="list-style-type: none"> – Впровадження стандартів сталого розвитку; – Партнерські ініціативи 	<ul style="list-style-type: none"> – Технології для управління викидами; – Блокчейн у логістиці

* Джерело: сформовано авторами

На стадії зростання компанії активно масштабують свої операції, збільшують виробничі потужності та розширюють асортимент, що потребує постійного моніторингу ефективності цих процесів. Оцінка ефективності допомагає виявити потенційні слабкі місця в операційній діяльності, таких як затримки у виробництві чи надмірні витрати, а також виявити успішні практики, що можуть бути розширені для подальшого росту. Вона дозволяє вчасно коригувати стратегії, оптимізувати внутрішні процеси та досягати кращих результатів у зростаючій компанії.

На стадії зрілості, коли компанія вже стабільно працює на ринку, оцінювання ефективності стає необхідним для підтримки та покращення її позицій у конкурентному середовищі. Збір даних про результати диверсифікації продукції, управління ризиками та фінансової оптимізації дозволяє забезпечити безперервний розвиток навіть у періоді зрілості, коли темпи зростання можуть сповільнюватися. Оцінка ефективності допомагає компанії визначити, чи правильно вона реагує на зміни в попиті та поведінці споживачів, а також наскільки успішно вона управляє своїми ресурсами та ризиками. Це дозволяє компанії своєчасно коригувати стратегії, підтримувати інноваційність і забезпечувати стійке фінансове здоров'я на довгострокову перспективу.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМКУ

У сучасних умовах швидких економічних та технологічних змін управління життєвим циклом компанії є ключовим елементом стратегічного розвитку. Одним з основних викликів для бізнесу є розуміння етапу життєвого циклу, на якому знаходиться компанія, та визначення відповідних інструментів для забезпечення сталого зростання або мінімізації наслідків занепаду. Ефективне управління життєвим циклом компанії на етапах зростання та зрілості є критично важливим для забезпечення стабільного розвитку компанії в умовах високої конкуренції та змінюваних ринкових умов. На стадії зростання особливу увагу слід приділяти масштабуванню операцій, диверсифікації продукції, управлінню командою та впровадженню CRM-систем. Це дозволяє компанії швидко реагувати на зміни попиту та забезпечувати високий рівень клієнтської лояльності. У свою чергу, на стадії зрілості важливо зберігати гнучкість у стратегіях розвитку, постійно вдосконалюючи продукти та оптимізуючи внутрішні процеси, а також активно управляти ризиками та фінансами для підтримання стабільного росту і конкурентоспроможності.

Ефективність управління життєвим циклом компанії має безпосередній вплив на його здатність до адаптації та довгострокового успіху. Оцінювання ефективності на різних етапах життєвого циклу дозволяє не тільки виявляти проблеми та потенційні можливості для покращення, а й приймати обґрунтовані рішення щодо оптимізації ресурсів, коригування стратегій та підвищення конкурентоспроможності. Враховуючи постійні зміни в умовах ведення бізнесу, важливо зберігати гнучкість у підходах до управління життєвим циклом і своєчасно адаптувати стратегії до нових викликів.

У майбутньому дослідження в цьому напрямку можуть зосередитися на більш глибокому аналізі специфіки управління життєвим циклом для різних галузей, особливо в умовах цифрової трансформації та глобалізації ринків. Перспективним є вивчення впливу нових технологій, таких як автоматизація, штучний інтелект і аналіз великих даних, на ефективність управління етапами зростання та зрілості компанії. Також важливим напрямком є розробка більш точних методів оцінки ефективності управління життєвим циклом, включаючи інструменти для прогнозування змін на ринку та аналізу споживчої поведінки. Це дозволить компаніям краще адаптувати свої стратегії до швидко змінюваного бізнес-середовища.

Література

1. Managing Change: Lewin's Model Retrieved from <https://pressbooks.library.torontomu.ca/dabp/chapter/managing-change-lewins-model/>.
2. Lewin, K. (1951) Field Theory in Social Science. Edited by Dorwin Cartwright. New York: Harper & Row. 346 p.
3. Kotter J.P. (1998) Winning At Change Leader to Leader. № 3. 27-33.
4. Kotter, J. (1995) Leading change: Why transformation efforts fail Harvard Business Review. March-April. Vol. 73(2). 59-67.
5. Beckhard R. (1969) Organization Development: Strategies and Models. Reading, MA.: AddisonWesley Publishing Company, 119 p.
6. Julie Wolfram Cox (1999) Choosing the depth of organizational intervention: from revisions to reconsiderations Working Paper No20/99 Retrieved from https://bridges.monash.edu/articles/journal_contribution/Choosing_the_depth_of_organizational_intervention_from_revisions_to_reconsiderations/5085448?file=8619586.
7. H. Igor Ansoff (1979) Strategic Management. Palgrave Macmillan UK, 236 p.
8. Портер М. (2020) Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Наш формат, 424 с.
9. Henry Mintzberg (2023) Understanding Organizations. Finally!: Structuring in Sevens. Berrett-Koehler Publishers, 256 p.
10. Joseph A. Schumpeter (2021) The Theory of Economic Development. London, 254 p.
11. Клейтон М. Крістенсен (2017) Дилема інноватора. Як нові технології нищать сильні компанії. Україна : Yakaboo Publishing, 276 с.
12. Everett M. Rogers (2003) Diffusion of Innovations, 5th edition. New York: Free Press, 551 p.
13. Макс Тегмарк (2019) Життя 3.0. Доба штучного інтелекту. Наш формат, 432 с.
14. Клаус Шваб (2019) 4 промислова революція. Формуючи четверту промислову революцію. Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля». 416 с.
15. Friedman Thomas L. (2000) The Lexus and the Olive Tree: Understanding Globalization. N.-Y., 512 p.
16. Richard Baldwin (2016) The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization. The Belknap Press of Harvard University Press, 330 p.
17. Porter, M.E., Kramer, M.R. (2006) Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. Harvard Business Review, 84 (12), 78-92. Retrieved from <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility/>

References

1. Managing Change: Lewins Model Retrieved from <https://pressbooks.library.torontomu.ca/dabp/chapter/managing-change-lewins-model/>.
2. Lewin, K. (1951) Field Theory in Social Science. Edited by Dorwin Cartwright. New York: Harper & Row. 346 p.
3. Kotter J.P. (1998) Winning At Change Leader to Leader. # 3. 27-33.
4. Kotter, J. (1995) Leading change: Why transformation efforts fail Harvard Business Review. March-April. Vol. 73(2). 59-67.
5. Beckhard R. (1969) Organization Development: Strategies and Models. Reading, MA.: AddisonWesley Publishing Company, 119 p.
6. Julie Wolfram Cox (1999) Choosing the depth of organizational intervention: from revisions to reconsiderations Working Paper No20/99 Retrieved from https://bridges.monash.edu/articles/journal_contribution/Choosing_the_depth_of_organizational_intervention_from_revisions_to_reconsideration_s/5085448?file=8619586.
7. H. Igor Ansoff (1979) Strategic Management. Palgrave Macmillan UK, 236 p.
8. Porter M. (2020) Konkurentna stratehiia. Tekhniky analizu haluzei i konkurentiv. Nash format, 424 s.

-
9. Henry Mintzberg (2023) Understanding Organizations...Finally!: Structuring in Sevens. Berrett-Koehler Publishers, 256 p.
 10. Joseph A. Schumpeter (2021) The Theory of Economic Development. London, 254 p.
 11. Kleiton M. Kristensen (2017) Dylema innovatora. Yak novi tekhnolohii nyschat sylni kompanii. Ukraina : Yakaboo Publishing, 276 s.
 12. Everett M. Rogers (2003) Diffusion of Innovations, 5th edition. New York: Free Press, 551 r.
 13. Maks Tehmark (2019) Zhyttia 3.0. Doba shtuchnoho intelektu. Nash format, 432 s.
 14. Klaus Shvab (2019) 4 promyslova revoliutsiia. Formuiuchy chetvertu promyslovu revoliutsiiu. Knyzhkovyi klub «Klub Simeinoho Dozvillia». 416 s.
 15. Friedman Thomas L. (2000) The Lexus and the Olive Tree: Understanding Globalization. N.-Y., 512 p.
 16. Richard Baldwin (2016) The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization. The Belknap Press of Harvard University Press, 330 p.
 17. Porter, M.E., Kramer, M.R. (2006) Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. Harvard Business Review, 84 (12), 78-92. Retrieved from <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>.