

УДК 65.011

Н.С. Морозова

ФГОБУ ВО «Финансового университета при Правительстве Российской Федерации»
(Липецкий филиал), г. Липецк, email: NSMorozova@fa.ru

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА ОБЛАСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Ключевые слова: стратегический анализ, стратегия, внешняя среда, неопределенность внешней среды.

В статье рассматриваются содержательные основы понятийного аппарата области стратегического исследования. Современный бизнес должен быть адаптирован к экономическим трансформациям, к высокому уровню неопределенности и непредсказуемости внешней действительности. Длительное пребывание в условиях информационного недостатка заставляет руководителей компаний определять новое направления развития предприятия, переориентировать линию поведения, которая далеко не всегда являются эффективно действенной и стратегически верной. В условиях современной экономической действительности предприятия ставят своей целью решение задач долгосрочного эффективного функционирования и устойчивого экономического роста. Решение этих задач представляется возможным только на базе формирования потенциала развития компании с учетом влияния факторов внешней среды, устанавливающих направления социально-экономических преобразований. Целью проведенного исследования является расширение понятийного аппарата в области стратегического анализа. В ходе исследования будут решены следующие задачи: изучение сущности и понятия стратегического анализа; рассмотрение характерологических особенностей внешней среды организации; выявление качественных критериев понятия «неопределенность внешней среды». В результате изучения теоретических основ, характеризующих внешнее окружение организации, автором были даны уточняющие определения «стратегия», «стратегический анализ» и «неопределенность внешней среды» организации.

N.S. Morozova

FGOBU VO «Financial University under the Government of the Russian Federation»
(Lipetsk Branch), Lipetsk, email: NSMorozova@fa.ru

CONTENT FOUNDATIONS OF THE CONCEPT APPARATUS OF THE FIELD OF STRATEGIC RESEARCH

Keywords: strategic analysis, strategy, external environment, uncertainty of external environment.

The article considers the substantive bases of the conceptual apparatus of the field of strategic research. Modern business must be adapted to economic transformations, to a high level of uncertainty and unpredictability of external reality. Prolonged stay in conditions of informational shortage makes managers of companies to determine new directions of development of an enterprise, to reorient the behavior, which is not always effectively effective and strategically correct. In the conditions of modern economic reality, enterprises aim to solve the problems of long-term effective functioning and sustainable economic growth. The solution of these tasks is possible only on the basis of the formation of the company's development potential, taking into account the influence of environmental factors that determine the directions of socio-economic transformations. The purpose of the study is to expand the conceptual apparatus in the field of strategic analysis. The study will solve the following tasks: the study of the essence and concept of strategic analysis; consideration of the characteristic features of the external environment of the organization; identification of qualitative criteria of the concept of «uncertainty of external environment». As a result of the study of theoretical foundations characterizing the external environment of the organization, the author gave clarifying definitions of «strategy», «strategic analysis» and «uncertainty of the external environment» of the organization.

В условиях современной экономической действительности предприятия ставят своей целью решение задач долгосрочного эффективного функционирования и устойчивого экономического роста. Современный бизнес должен быть адаптирован к экономическим трансформациям, к высокому уровню неопреде-

ленности и непредсказуемости внешней действительности. Проведение стратегического исследования дает возможность определить конкурентные преимущества путем установления финансовых и нефинансовых целей организации ее корпоративной стратегии развития на разных стадиях жизненного цикла.

Рассматривая назначение и определение стратегического анализа, нельзя не коснуться определения термина стратегия. Рассмотрение и исследование отечественной и зарубежной литературы предоставило возможность выявить наиболее используемые определения этого понятия.

Согласно позиции А. Томпсона и А. Стрикленда, представителей широко известной учебной литературы по стратегическому менеджменту, термин стратегия трактуется как «выработанная схема управления компанией, которая позволяет усилить существующие позиции, схема эффективного, действенного сотрудничества с потребителями, плодотворного продвижения к цели и направленности на результат» [11].

В соответствии с мнением М. Портера, ключевой фигуры школы позиционирования, понятие стратегии трактуется как: «Идею конкурентной стратегии можно обозначить посредством всего двух слов: «быть исключительным». Это определяется обдуманным выбором из существующих направлений деятельности, который послужит формированию природы выдающейся создаваемой ценности» [3]. Из этого следует, что стратегия – это определение чем необходимо и чем не надо заниматься компании.

Известный представитель ресурсной концепции Дж. Барни трактует термин стратегия: «как систему распределения ресурсов предприятия с целью максимально эффективного функционирования», при этом стратегическое управление в его понимании: «это альтернативный выбор из множества стратегий наиболее оптимальной» [10].

Обобщая сказанное, можно сделать вывод, что стратегия – это концепция поведения организации, включающая выработку мер и принципов, базирующаяся на ресурсном потенциале организации и определяющая перспективные направления развития и функционирования в условиях внешней бизнес среды.

Теоретический и практический базис стратегического управления предусматривает использование анализа, а именно аналитических и методических приемов. Понимание процесса стратегического анализа не обходится без выделения и раскрытия понятия «ана-

лиз». Большинство исследователей раскрывают сущность анализа в контексте универсального способа познания и изучения. Так наиболее типичное определение в формате общенаучного знания дает профессор Румянцев Е.Е «анализ – это методический прием, общенаучного и практико-ориентированного исследования, который в основе своей нацелен на раскрытие обособленных частей, сторон, свойств, отдельных элементов единого целого. Анализ – неотъемлемая часть систематичного, целостного изучения, включающий синтез и другие способы исследования. Анализ является исходным пунктом процессов планирования, прогнозирования с определением процессуальной стороны этих явлений» [7].

Исходя из этого, можно сделать вывод, что анализ – это важнейший элемент научно – познавательного и исследовательского процесса, который определяет основание для принятия обоснованно верных управленческих заключений.

Рассматривая понятие «стратегический анализ», можно заключить, что единственного, совершенного, основательного и исчерпывающего понятия в теории и практике стратегического менеджмента и экономических науках не существует. Большинство отечественных и зарубежных специалистов обходятся только упоминанием компонент стратегического анализа, таким образом, основываясь на применении процессного подхода. Так, В.А. Винокуров, П.Ф. Друкер, Р.С. Каплан, Дж. Келли, Д. М. Мескон, К. Прахалад, А.И. Пригожин, А. Томпсон, П. Хорват, В.Д. Шапиро, и др. понимают этот процесс как оценку факторов внешней и внутренней действительности, которая формируется на базе проводимого исследования. Основная цель стратегического анализа – это использование выявленных возможностей и принятие мер по обеспечению защиты от вероятностных опасностей и угроз.

Другие авторы трактуют этот процесс, как способ превращения накопленной информации посредством анализа в стратегический план компании [5; 8].

Третьи рассматривают стратегический анализ, как проекционный исследовательский инструмент оценки

объектов, который в основе своей ориентирован на направления государственного влияния. Помимо этого, отмечают, что стратегический анализ и планирование являются неотъемлемым атрибутом в решении основной задачи по улучшению и повышению эффективности деятельности не только предприятия, но и отрасли, региона, страны.

В рамках данной работы, мы определили основной подход к определению понимания этого процесса: стратегический анализ – способ исследования, позволяющий установить соответствие финансовых и нефинансовых целей стратегии развития компании на разных стадиях жизненного цикла.

Достаточно часто стратегический анализ в специализированной литературе выделяют как определенный этап в системе стратегического планирования, таким образом, сужая и ограничивая область и предмет анализа такого вида [4].

Итоговые данные, полученные на базе анализа, применяют для выработки решений не только стратегически – планового характера в течение всего цикла управления, но и используют для разрешения проблем ситуационно – тактического уровня. Эксперт в области планирования Дэвид Хаси отмечал: «информация подлежит изучению и анализу на различных этапах деятельности организации, и если этим не руководствоваться, то можно сделать далеко не всегда правильные и обоснованно верные ходы» [9].

Устанавливая область применения стратегического анализа, известный специалист определил следующие характерные критерии [9]:

1. Анализ как информационный накопитель при определении проблемной зоны, диагностический инструмент;

2. Оценка альтернативных вариантов стратегии. Альтернатива общепризнанного характера должна подвергаться сомнению и обязательно должным образом исследована. Область анализа в таком случае предусматривает, как соотносится избранная стратегия корпоративной; подвергаются исследованию прогнозируемые результаты от применения такой стратегии, оценка эффективности выделенных альтернативных вариантов;

3. Выработка программы и плана обеспечивающих реализацию стратегии. На этой стадии рассматриваются вопросы оперативного и тактического характера;

4. Переоценка альтернативного варианта, принимая во внимание исходный итог. Этап контроля за осуществлением стратегии определяет возможные варианты использования дальнейших методических приемов и способов, если результат не соответствует ожидаемому.

Такой подход Дэвида Хаси существенным образом раскрывает проблему объективности оценки, поскольку если эксперт чрезмерно уделяет внимание отдельным элементам исследуемого объекта, то в заключении может получить далеко не беспристрастное и непредвзятое заключение.

Область применения стратегического анализа достаточно широка, что обусловлено его универсальностью. Сфера применения анализа предопределяет исключительность подходов и технологий его проведения.

Наибольшее распространение и развитие в различных областях знаний стратегический анализ приобрел в XX веке. Анализ с этого времени стал рассматриваться как способ осуществления оценки и прогнозирования результата, как универсально приближенная схема разработки стратегии, контроля и оценки полученных итоговых данных. Важным акцентом при этом можно считать оценку эффективности применяемых ресурсов, прибыльность, использование показателя рентабельности. Такой подход стал исключительно значимым в управлении экономикой компании, определении резервных возможностей предприятия, предопределении ее потенциальных и скрытых сил.

Фокусирование анализа на факторах, которые выявляют общие обоснованно существенные закономерности функционирования, способствует раскрытию и извлечению стратегически приоритетных вопросов, требующих безотлагательного решения. Наилучшим результативным итогом анализа может считаться установление причинно-следственных закономерностей в формате предопределения и предугадывания заключительных результатов.

Особую роль при этом имеет характер взаимосвязи потенциала организации с внешней средой. В такой связи главным видится установление элементов баланса такого взаимовлияния на входе и выходе. Основой в понимании принципов взаимодействия организации и внешней среды является определение области стратегического соприкосновения этих сфер, исследование характерных особенностей установившихся связей и выработка стратегического направления развития организации с учетом этого. Изучение внешней среды в таком разрезе приобретает ключевую значимость и роль.

Непрерывные изменения, которые происходят в современном мире, обязывают сосредоточить свое внимание на внешней среде, в которой приходится функционировать предприятиям. На сегодняшний день внешняя среда организации подвержена многочисленным переменам, находится в динамичном развитии. В большинстве своем среда внешнего влияния рассматривается как «целевое окружение», иначе говоря, это общность различных организаций, с которыми компания вступает во взаимодействие или находится в состоянии конкурентной борьбы.

Доктором экономических наук, профессором В.Г. Прудским и доцентом, кандидатом экономических наук П.В. Магдановым были выделены важнейшие из этих факторов: «определенные группы клиентов и группы товаров; целевой рынок как совокупность условий производства, распределения, обмена и потребления целевых групп товаров, организации, которые удовлетворяют потребности этих групп потребителей на настоящий момент и в перспективе; особенности спроса и предложения на установленном рынке; специфика производства и объем потребляемых товаров; ресурсные возможности, границы рынка сбыта продукции, законодательные лимиты и т. д.» [6].

Логическим дополнением в этой связи будет представление среды организации, состоящей из трех сфер, как это продемонстрировано на рисунке 1.

На внешнюю микросреду организации оказывают влияние факторы прямого воздействия:

– поставщики. Установившийся характер взаимоотношения между предприятием и непосредственными поставщиками наиболее существенный фактор прямого влияния. Так приобретение сырья из других государств может быть значительно дешевле и выгоднее с точки зрения качества, однако нельзя не учитывать возрастающие риски в условиях такого сотрудничества, определяемые уровнем действующих валютных курсов, таможенных сборов, политического неопостоянства;

– покупатели. Выбор покупателей в пользу тех и иных продуктов потребления, определение вопроса цены на эти продукты безусловным образом влияют на результаты деятельности предприятия, обуславливают уровень его прибыльности и производительности. В свою очередь удовлетворенность покупателей определяет и на то, как предприятие взаимодействует с сегментом поставщиков сырьевых и человеческих ресурсов;

– инвесторы – вкладчики. Для непрерывного экономического роста компании, особенно находящегося на стадии развития, помимо ресурсной базы поставщиков и сбытовой системы покупателей необходимостью является удовлетворение потребности в капитале. К вероятным поставщикам финансового капитала можно отнести: банковские учреждения, возможности займов, регламентируемые программами федеральных организаций, акционерное сообщество, покупатели облигаций и приобретатели векселей;

– рынок трудовых резервов. Доступность в получении высококвалифицированных специалистов является определяющим звеном в процветании и развитии компании. Зачастую потеря предприятием исключительных специалистов сопровождается усложнением работы и потерей прибыли компании, снижением общей продуктивности функционирования;

– конкуренты. Влияние этого фактора неоспоримо значимо, поскольку если потребности покупателей не будут удовлетворяться на том же уровне, как они удовлетворяются со стороны конкурентов, под угрозу ставится не только результативность деятельности пред-

приятия, но и возможность его существования. Зачастую именно конкурентное звено предопределяет, что является востребованным и по какой цене;

– государственное регулирование и законодательная база. С позиции правового статуса, который присущ любой организации, определяются моменты правового регулирования деятельности: величина и характер налоговых выплат, порядок получения лицензий, ведения бухгалтерского учета, статистики и т.д. Предприятия в своей основе должны быть ориентированы не только на законодательство федерального, местного уровня, но и учитывать особенности государственной регламентации.

Факторы непрямого (косвенного) воздействия или, иначе говоря, макрофакторы, могут быть определены следующими составляющими: демографический фактор, экологический, социальный, международный, технологический.

Сложность среды косвенного воздействия в сравнении со средой ближнего окружения организации неоспоримо высока. Это обусловлено отсутствием полноты и достоверности информации, возможности ее получения, что в значительной степени осложняет процессы грамотного планирования и прогнозирования деятельности.

Социально – экономические факторы определяют природу регулирования, управления, резервного потенциала предприятия, возможности капитализации, направления деятельности для удовлетворения потребительских нужд.

Факторы политического и международного влияния в условиях современной экономики можно назвать неоспоримо значимыми. На сегодняшний день сложность и непредсказуемый характер глобальных процессов, затронувших все мировое сообщество, предопределяют характер существования и развития бизнеса, как в пределах нашей страны, так и за рубежом. Осложняет ситуацию отсутствие знаний в области культуры, законодательного регулирования, технологического развития рынков международного уровня.

Одновременно внешне – внутренней переменной можно считать технологический фактор, поскольку это предопреде-

ляющее звено будущего существования организации, его прогресса. Технологические инновационные вливания определяют быстроту устаревания товара, скорость перераспределения и хранения информационных данных, обновления рынка товаров и услуг.

На наш взгляд, такое обозначение совокупности внешних факторов достаточно для выражения содержательной основы определения внешней среды организации, в формате заявленной проблематики. Рассмотрение внешней среды в таком разрезе, указывает на ее открытость как системной организации, отображает высокую степень ее зависимости от экономических трансформаций и преобразований, а также подтверждает тот факт, что внешняя среда бизнеса неоднородна и изменчива. Соответственно и анализ среды, в рамках задач нашего исследования, должен осуществляться с позиции рассмотрения поведения организации в условиях, изменение которых трудно предугадать, а вероятность нельзя оценить.

Воздействие факторов внешней организационной среды рассматривается в трудах: Т. Бернса, В.К. Бурлачкова, Д. Гейлбрейта, В.С Ефремовой, О.П. Коробейникова, Д. Надлера, А. Маршалла, З.Е. Шершневой, С. В. Оборской, М. Ташмена, Д. Чайлда. Исследователи феномена внешней среды рассматривают ее, оценивая параметры: сложность и простота среды, стабильность и динамичность, турбулентность и неопределенность.

Авторы учебной литературы по стратегическому менеджменту и экономике Ф. Эмери и Э. Трист, Р. Бламберг, Г.Б. Клейнер, А.Т. Зуб дают уточняющее определение таких параметров:

1. Параметр сложности определяется, как количественный показатель структурных элементов внешней действительности, установившихся связей, которые должны непременно учитываться организацией. Основные черты параметра сложности:

– гомогенность и гетерогенность среды [2];

Гомогенность или, иначе говоря, однородность выражается в присутствии во внешнем окружении компании организаций одинаковой величины, сходных целевых установок.



Рис. 1. Структура внешнего окружения организации

Стабильная Простая + стабильная = низкая определенность (небольшое количество внешних факторов, факторы схожи; факторы среды остаются теми же или изменяются медленно)	Стабильная Сложная + стабильная = неопределенность от низкой до средней (большое количество внешних факторов, факторы несхожи; факторы среды остаются теми же или изменяются медленно)
Изменения внешней среды	
Нестабильная Простая + нестабильная = неопределенность от низкой до средней (небольшое количество внешних факторов, факторы схожи; факторы среды часто и непредсказуемо меняются)	Нестабильная Сложная + нестабильная = неопределенность от низкой до средней (большое количество внешних факторов, факторы несхожи; факторы среды часто и непредсказуемо меняются)

Рис. 2. Характеристика внешней среды с позиции Р. Дафта

Гетерогенность среды обусловлена разнородностью внешнего окружения. Организации, находящиеся во взаимосвязи с предприятием, не схожи по своим размерам, структурному наполнению, характеризуются продуктовой диффе-

ренциацией, отличаются технологической разнородностью.

— единичностью или множественностью;

Параметры этой группы определяют количество важных организацион-

ных структур и установившихся связей по отношению к компании.

Сложный характер воздействия обозначенных факторов, определяется тем, что предприятие находится не просто в отношениях со многими организациями, а тем, что необходимо принимать в расчет характер взаимосвязей, учитывать границы, условия функционирования на рынке и т.д. Появление другого фактора в сложившейся системе влечет за собой модификации изначально установленных взаимосвязей и как следствие к изменению положения компании в целом. К таким новым факторам можно отнести: компании, нормы взаимодействия. Параметр сложности может проявляться в «диверсификации» воздействия (в случае выхода на новые международные рынки или изменением в покупательском спросе, структуры предпочтений):

- отсутствие информации о среде влияния;

2. Степень силы взаимного влияния, характер установившихся связей заставляет выделить еще один фактор – взаимообусловленности, который в свою очередь, можно описать форматом:

- «изоляции», иначе говоря, отсутствия связей как таковых;

- «зависимостью или независимостью», параметр глубины и широты таких связей;

3. Другой фундаментальной характеристикой внешнего воздействия может быть показатель изменчивости, который измеряется степенью постоянства отдельных элементов и их связей. Непостоянство, в свою очередь, может быть рассмотрено с позиции:

- стабильности и варибельности, как параметр скорости трансформации в единицу времени;

Стабильный характер отношения с внешним окружением наиболее часто присущ предприятиям с линейно-организационной структурой, с жестко регламентируемым укладом, консервативной идеологией, нетерпимостью к инновационным внедрениям. Стабильность среды – благоприятный фактор развития предприятия, базирующийся на адаптационных возможностях каждой организации.

Преобразования и внедрения нового полезны и нужны, если рассматривать ситуацию с позиции расширения производства, увеличения объема реализации, приумножения количества покупателей, страхования от возможных потерь.

Параметр варибельности рассматривается в количественном контексте, иными словами, сколько перемен происходит в единицу времени, это показатель скорости. Среда, характеризующаяся варибельностью, нуждается во введении гибких структур и технологических инженерных разработок.

Другими важными показателями, требующими рассмотрения, являются параметры ламинарности и турбулентности.

Под фактором ламинарности понимается уровень предопределенности перемен (с позиции скорости и частоты изменений). В условиях ламинарности изменения протекают в определенных направлениях, они предсказуемы и имеют заданные очертания границ. Такой тип перемен уменьшает фактор неопределенности и значительно облегчает управленческий процесс.

Параметр турбулентного влияния рассматривается в контексте непоследовательности изменения, имеет непредсказуемый характер, трудно определяемый и прогнозируемый. Высокотурбулентная среда отличается высокоинтенсивностью информационных потоков и неопределенностью в своей основе.

4. Неопределенность – неполнота или неточность информации о внешней среде.

На наш взгляд, фактор неопределенности выступает ключевой характеристикой уровня информированности организации о состоянии внешней среды и является показателем полноты информации о высокой вероятности наступления событий, воздействие которых имеет огромное значение для предприятия.

Анализируя научные работы по вопросу неопределенности внешней среды, нельзя проследить единство мнения ряда ученых в интерпретации этого понятия. Так П. Лоуренс трактует понятие неопределенности: «как воспринимаемую оценку информационной ясности, вероятности причинно-следственных взаимодействий и границ времени в формате рефлексивного ответа». С по-

зиции П. Лоуренса и Д. Лорш неопределенность можно оценить с точки зрения параметров сложности и непредвиденности, количественной составляющей компонент и их взаимодействия.

Американский экономист Р. Данкан оценивает неопределенность, исходя из ее стабильности сложности и изменчивости. Ученый склонен полагать, что параметры стабильности и изменчивости не предопределяют увеличение неопределенности среды, поскольку перемены и изменчивость факторов в достаточной степени можно предсказать.

Другие специалисты Д. Надлер, Х. Кортни, Х. Доуней, П. Вигери трактуют понятие неопределенности внешнего окружения как расхождения в количестве информации для решения задач, и количестве информационного объема, которым располагает предприятие [10].

Основываясь на трактовке этого понятия, предприятие способно снизить степень неопределенности среды. Смысл определения существенно различается в концептуальных представлениях стратегического менеджмента. Одни рассматривают термин неопределенность со стороны понимания и адекватности информации, ее амбивалентности. Другие расценивают как степень информационной переменной.

В терминах «неопределенность» и «неоднозначность» присутствует определенная разница, которая не всегда очевидна. Неопределенность по большей степени затрагивает случаи, когда предприятие уже ранее с ними встречалось. Уровень неопределенности возрастает, когда для предприятия информация недоступна. Говоря о неоднозначности, специалисты вкладывают в смысл этого понятия отсутствие ориентации на события, которые имели место быть в прошлом. Переменные неоднозначности возрастают в случае, когда предприятия не располагают информацией на их счет.

Анализ научных работ показал, что эксперты по экономике отождествляют понятие неопределенности с понятием риска. Такой идеи придерживается А. Маршал. Однако впервые их четкое разграничение осуществил Ф. Найт. «Оказывается, измеримая неопределенность, или собственно «риск», настолько отличается от неизмеримой, что по суще-

ству вообще не является неопределенностью». В работах современных экономистов неопределенность рассматривается как неполное знание о чем-либо. Трактовка риска сводится к определенной возможности отступления от намеченных целей, в угоду свершения которых и было принято решение, как альтернативный выбор в условиях информационного недостатка [1].

Таким образом, идея разных подходов о факторе неопределенности сводится к единству понимания его как о ключевой форме единицы знаний, как о некой определяющей переменной, наделенной свойствами распространенности и динамичности, полноты и достоверности.

С возрастанием уровня неопределенности предприятия вынуждены приспосабливаться и адаптироваться к существующим условиям.

В работе мы рассмотрим неопределенность внешней среды как количественный информационный параметр, содержательное наполнение которого обусловлено свойством точности и полноты, достоверности и объективности, актуальности и доступности данных внешней среды, определяющих условия функционирования и развития организации.

В соответствии с этим необходимо отметить, что существуют различные классификации неопределенности. Наиболее известной в этой связи выступает классификация неопределенности внешней среды, предложенная доктором философских наук, профессором А.С. Зубом по нескольким параметрам [2]:

- сложности и простоты условий;
- постоянства и динамического характера явлений;

С увеличением нестабильности среды и возрастанием сложности окружающей обстановки неопределенность нарастает. С позиции Р. Дафта состояние неопределенности определяется фактором сложности и стабильности (рис.2).

– Состояние «простая – стабильная». Информационная составляющая доступна для оценки и понимания, отличается единичностью факторов влияния;

– Состояние «простая – нестабильная». Увеличивающийся характер неопределенности, предприятия встречаются с постоянно изменяющимися условиями спроса и предложения;

– Состояние «сложная – стабильная». Значительная степень неопределенности. Отсутствует изменчивость условий в относительно стабильной обстановке.

Рассматривая неопределенность в формате не только количественной информационной функции, но и как показатель качества информации, российский ученый В.А. Ланцов, отмечает, что руководителю предприятия сложно ориентироваться в подвижности факторов внешней среды, от того и решения, принимаемые в таких условиях, могут быть недостаточно обоснованно верными [4].

Для принятия решения в условиях неопределенности необходимо учитывать, что существует выбор из альтернативных вариантов, предусматривающих различные исходы. Однако реализацию и их вероятность исполнения очень сложно просчитать. Поэтому неопределенность ведет к нестабильности в жизнедеятельности предприятия.

Растущая нестабильность условий среды, которая сложилась в течение начала XXI столетия, говорит о том, что от предприятий требуются все более сложные управленческие системы, адаптированные под такие условия.

В условиях современной российской реальности параметры внешней среды отличаются: сложностью, высокой неопределенностью, значительной

степенью динамизма, непредсказуемым характером.

В настоящее время для государства важно уменьшать барьеры для бизнеса. Работа ведется в двух основных направлениях:

1) законы, снижающие число препятствий для ведения бизнеса;

2) продвижение новой культуры отношения государственных служащих к предпринимателям [5].

Условия функционирования компании значительно усложняются, когда производственные площадки рассредоточены в других государствах или ресурсы импортируются из-за рубежа. Внешняя среда в такой ситуации отличается наибольшей сложностью и динамичностью процессов. Для принятия адекватных, стратегически важных решений, как компаниям, так и их подразделениям необходимо располагать достаточно обширной и полноценной информацией. Такую информационно – аналитическую базу может получить посредством проведения стратегического анализа.

Рассмотренный в данной работе понятию – терминологический аппарат в формате теоретического обоснования, систематизирует сложившийся массив дефиниций, является основательно емким инструментом в системе дальнейшего решения задач исследовательского характера.

Библиографический список

1. Басовский Л.Е. Современный стратегический анализ: учебник. М.: ИНФРА-М, 2021. 256 с.
2. Зуб А.Т., Локтионов М.В. Теория и практика антикризисного управления: монография. М.: Генезис, 2005. 576 с.
3. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.
4. Ланцов В.А., Песоцкая Е.В., Чикишева Н.М. Стратегический анализ: учебник. СПб.: Литера плюс, 2001. 274 с.
5. Морозова Н.С. Специфика развития предпринимательской деятельности в регионах на современном этапе хозяйствования // Социально-экономические явления и процессы. 2012. № 12 (46). С. 223-230.
6. Прудский В.Г., Магданов П.В. Концепция стратегического анализа // Вестник Пермского Университета. 2009. Вып. 1(1). С. 51-61.
7. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия / Е. Е. Румянцева. – 4-е изд. М.: ИНФРА-М, 2020. 882 с.
8. Современный стратегический анализ / Роберт Грант. – 9-е изд. СПб.: Питер, 2018. 672 с.
9. Стратегия и планирование: Путеводитель менеджера / Дэвид Хасси; [Пер. с англ. Т. Еремеева]. СПб.: Питер, 2001. 378 с.

10. Петров А.Н. и др. Стратегический менеджмент: учебник по специальности «Менеджмент организаций» / под ред. А. Н. Петрова. – 3-е изд. СПб.: Питер, 2015. 398 с.
11. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. 576 с.