Бойченко А.Д.

[a.boychenko@my.mgimo.ru](mailto:a.boychenko@my.mgimo.ru)

Россия, Москва

Одинцовский филиал Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации"

Хорева А.В. - ст.преп. кафедры менеджмента – научный руководитель

**МЕНЕДЖЕМЕНТ В ТУРБУЛЕНТНЫЕ ПЕРИОДЫ**

В настоящее время российский бизнес проходит проверку на прочность. Успех деятельности фирмы во многом зависит от уровня турбулентности внешней среды, а также от действия руководства в данные периоды. В своем исследовании мы выяснили, чем опасна «турбулентность», а также определили ее сущность.

Турбулентные периоды характеризуют внешние изменения экономической среды. Они происходят в условиях неопределенности и тем самым представляют опасность для бизнеса. В такие моменты благоприятные возможности оказываются кратковременными, отсутствует четкое понимание, какие действия принимать в дальнейшем, а несвоевременное принятие решений может привести к потере всего бизнеса.

На сегодняшний день существуют различные подходы к трактовке понятия «неопределенность внешней среды». В работе мы рассмотрели пять разных вариантов определения данного термина.

В середине 20го века И. Ансофф ввел понятие «турбулентности внешней среды». Он трактовал его, как комбинацию следующих факторов: непостоянство внешней среды, скорость изменений, интенсивность конкуренции, технологические возможности, покупательские предпочтения, давление со стороны правительства и отдельных влиятельных групп. Впоследствии им была создана модель внешней среды, описывающая пять уровней – от слабой турбулентности до самой сильной и непредсказуемой.

В разные моменты времени фирмы могут действовать по-разному, и, соответственно, иногда это приводит к успеху, а иногда – приносит убытки. И. Ансофф предположил, что необходимо принимать стратегические решения в соответствии с уровнем турбулентности внешней среды, иначе это приведет к негативным последствиям для бизнеса.

Он считал, что оптимальность деятельности компании зависит от ее агрессивности и реактивности, и фирма достигает наивысшей результативности, если действует в соответствии с уровнем неопределенности. Исходя из этого И. Ансофф создал стратегическую парадигму возможного успеха на основании трех факторов.

Уровень турбулентности внешней среды является основным параметром, на который следует опираться руководству при выборе стратегии развития. Для результативной деятельности бизнесу необходимо обращать внимание на внешнюю обстановку и корректировать свои действия.