

**Обзорная статья****УДК 658.5****DOI: 10.25683/VOLBI.2022.61.439****Yelizaveta Yevgenyevna Antimonova**

2nd year graduate student majoring  
in management and international business,  
Financial University under the government of the Russian Federation  
Moscow, Russian Federation  
elizaveta-1999@list.ru

**Olga Nikolayevna Antimonova**

Senior Lecturer,  
Department of Linguistics and Intercultural Communication  
Russian Academy of National Economy and Public Administration  
under the President of the Russian Federation  
Volgograd Institute of Management  
Volgograd, Russian Federation  
olga\_ant@list.ru

**Елизавета Евгеньевна АнтимONOва**

студентка второго курса магистратуры направления  
«Менеджмент и международный бизнес»  
Финансовый Университет при Правительстве РФ  
Москва, Российская Федерация  
elizaveta-1999@list.ru

**Ольга Николаевна АнтимONOва**

старший преподаватель  
кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации,  
Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при президенте РФ  
Волгоградский институт управления  
Волгоград, Российская Федерация  
olga\_ant@list.ru

**К ВОПРОСУ О СОВРЕМЕННЫХ КОНЦЕПЦИЯХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

## 5.2.1 — Экономическая теория

**Аннотация.** Проведен научный обзор исследований современных тенденций развития стратегического менеджмента, подходов к формированию стратегии компаний, а также их эволюция, связанная с развитием управленческой науки. Выделены основные методологические подходы к определению понятия и сущности стратегического менеджмента как основной части деятельности организации, продемонстрированы отличительные особенности современных концепций стратегического менеджмента, а также тенденций развития стратегического менеджмента в современных экономических условиях. Отмечено, что в настоящее время организациям всех уровней и направлений производства требуются значительные изменения для адаптации к новым ситуациям и операциям. Концепция современного стратегического менеджмента лежит в контексте тщательно сформулированной интегрированной стратегии, а современный стратегический менеджмент в условиях экономической и политической нестабильности может существенно помочь организации получить конкурент-

ное преимущество и оторваться от других игроков рынка, увеличить долю присутствия на рынке и создать прогнозы будущего развития при использовании комбинаций различных инструментов, которые помогают принимать наиболее точные и взвешенные решения. Выявлено, что только компании с эффективной современной системой стратегического менеджмента будут иметь правильную культуру, инструменты, структуру, технологии и персонал, чтобы успешно справляться с постоянными изменениями и развивать видение будущего. Такие компании не только сохранят положение на рынке, но и смогут значительно обойти конкурентов по ряду параметров. Продемонстрировано, что переход к современному стратегическому менеджменту требует четкого понимания оптимизации производственного процесса.

**Ключевые слова:** стратегический менеджмент, коучинг, электронная коммерция, бенчмаркинг, аутсорсинг, принципы управления качеством, реинжиниринг, внутренняя среда, внешняя среда, стратегические ресурсы

**Для цитирования:** АнтимONOва Е. Е., АнтимONOва О. Н. К вопросу о современных концепциях стратегического менеджмента // Бизнес. Образование. Право. 2022. № 4(61). С. 82—86. DOI: 10.25683/VOLBI.2022.61.439.

**Review article****TO THE QUESTION OF MODERN CONCEPTS OF STRATEGIC MANAGEMENT**

## 5.2.1 — Economic theory

**Abstract.** The article reviews studies of modern trends in the development of strategic management, approaches to the formation of a company's strategy, as well as their evolution with the development of management science. The main methodological approaches to the definition of the concept and essence of strategic management as the main part of the organization's activity are singled out, the distinctive features of modern concepts of strategic management, as well as development trends of strategic management in modern economic conditions, are demonstrated. It is noted that at present, organizations of all levels and areas of production require significant changes to adapt to new situations and operations. The concept of modern strategic

management lies in the context of a carefully formulated integrated strategy, and modern strategic management in conditions of economic and political instability can significantly help an organization gain a competitive advantage and separation from other market players, increase market share and create forecasts for future development when using a combination of various tools that help you make the most accurate and informed decisions. It is revealed that only companies with an effective modern strategic management system will have the right culture, tools, structure, technology and personnel to successfully cope with constant scenario changes and, at the same time, strengthen their vision of the future. Such companies will be able not only to maintain

*their position in the market, but also significantly outperform competitors in several ways. It is demonstrated that the transition to modern strategic management requires a clear understanding of what it means to optimize the production process.*

**For citation:** Antimonova Ye. Ye., Antimonova O. N. To the question of modern concepts of strategic management. *Business. Education. Law*, 2022, no. 4, pp. 82—86. DOI: 10.25683/VOLBI.2022.61.439.

### Введение

Стратегический менеджмент компании — это гораздо больше, чем просто выбор и формулировка стратегии компании, а также определение ее целей и вектора развития. Стратегический менеджмент подразумевает культурную эволюцию, основанную на изменении стратегий, постоянном обновлении навыков и компетенций лидеров и сотрудников, а также включение новых инструментов управления, направленных на оптимизацию глобальной эффективности в долгосрочной перспективе.

Ускоренная трансформация, которую переживает современный мир, приводит не только к необходимости внесения изменений в стратегический менеджмент организации. Также важно, чтобы компании и команды, которые в них работают, развивались в направлении нового измерения эффективности и конкурентоспособности.

Вопрос роли и развития стратегического менеджмента в организации затрагивался многими авторами. Среди них — Рубцов С. В., Стивен П. Роббинс, Черныш Е. А.

**Актуальность работы** заключается в том, что в современной ситуации складывается необходимость глубокого понимания того факта, что появление новых концепций стратегического менеджмента выходит далеко за рамки поверхностного и обыденного, поскольку специалисты сходятся во мнении, что понятие «современность» подразумевает гораздо больше, чем простая сумма технологий или оборудования. Оно представляет собой радикальные изменения в стратегиях, целью которых является консолидация эффективности, производительности и конкурентоспособности организаций, чтобы они могли успешно работать в быстро меняющейся и все более требовательной среде.

**Целью** данного исследования является выявление особенностей современных концепций стратегического менеджмента.

#### Задачи исследования:

1. Определить текущую роль стратегического менеджмента как составной части деятельности организаций;
2. Выявить отличительные особенности современных концепций стратегического менеджмента;
3. Сформировать тенденции развития стратегического менеджмента в современных экономических условиях.

**Научная новизна** работы заключается в том, что развитие концепции стратегического управления с течением времени должно отвечать факторам, которые влияют на общественную и экономическую среду, а потому понимать и анализировать эти факторы особенно важно.

При написании работы использовались такие методы, как системный анализ и синтез, классификация, аналогия, дедуктивный анализ.

**Теоретическая значимость работы** состоит в более глубоком и полном понимании основ стратегического менеджмента и его развития в условиях экономической и политической турбулентности. **Практическая значимость** заключается в возможности применить полученные знания в деятельности реальных компаний для увеличения показателей эффективности их деятельности.

**Keywords:** *strategic management, coaching, e-commerce, benchmarking, outsourcing, quality management principles, reengineering, internal environment, external environment, strategic resources*

### Основная часть

Стратегический менеджмент — это процесс систематической оценки, которой следует бизнес, чтобы определить свои долгосрочные цели, установить цели и задачи, разработать стратегии для их достижения и найти ресурсы, необходимые для их выполнения [1]. По словам Майкла Хитта, Роберта Хоскиссона и Дуэйна Айрленда, это набор обязательств, решений и действий, необходимых компании для стратегической конкурентоспособности и достижения показателей выше среднего. Стратегический менеджмент подразумевает постоянное планирование, мониторинг, анализ и оценку всего, что необходимо организации для достижения ее целей и задач. Процесс стратегического управления помогает организациям подвести итоги своей текущей ситуации, определить стратегии, развернуть их и проанализировать эффективность реализованных стратегий управления.

Чтобы начать этот процесс, компания должна проанализировать свою внутреннюю и внешнюю среду. С помощью полученной информации организация определяет свое видение и миссию, а также формулирует стратегию. Затем компания принимает меры для реализации этой стратегии, достижения конкурентоспособности и повышения эффективности деятельности [2].

Хотя концепция стратегического управления появилась в деловом администрировании относительно поздно — примерно в начале 1970-х гг., — этой темой по сей день занимается почти неисчислимо количество ученых и практиков. Их понимание стратегического управления существенно различается как системно, так и методологически [3].

Начнем с того, что стратегический менеджмент в понимании, наиболее близком к современному, зародился в 1890-х гг. с идеи Фредерика Тейлора, который предложил упростить задачи, чтобы повысить производительность. Это противоречило традиционной идее о том, чтобы заставить людей работать больше для максимизации результатов.

Следует отметить, что в современном стратегическом менеджменте вся деятельность по планированию, организации, руководству и контролю предполагает адекватную взаимосвязь социологических и временных отношений для достижения целей, установленных внутри организации [4].

Как следствие, современные процессы управления могут применяться в более широком и сложном контексте. Поэтому они используются в компаниях, религиозных учреждениях, образовательных учреждениях и общественных организациях [5].

Современный стратегический менеджмент представляет собой процесс применения наилучших практик на основе новых подходов, позволяющих лучше адаптироваться к изменениям, происходящим в социально-экономической среде организаций, с отказом от традиционных практик администрирования. Современный стратегический менеджмент отличается еще и тем, что он сочетает в себе комбинацию различных инструментов, которые помогают принимать наиболее точные и взвешенные решения. Эти инструменты перечислены ниже.

1. Реинжиниринг бизнес-процессов — пересмотр процессов с целью повышения их эффективности. Цель анализа и перепроектирования процессов состоит в том, чтобы добиться значительных улучшений с точки зрения объема затрат, качества продукции, скорости доставки и обслуживания.

#### 2. Принципы управления качеством.

Общий подход к качеству направлен на улучшение качества и повышение производительности организаций для достижения максимальной удовлетворенности клиентов.

Однако полное качество относится не только к производству товаров и услуг, которые предлагаются покупателю. Принципы управления качеством применяются ко всем видам деятельности и к людям, которые являются частью организации.

3. Аутсорсинг — это процесс, в котором организация нанимает внешние компании для выполнения некоторых видов деятельности. Компания-субподрядчик, которая на них специализируется, выполняет их с меньшими затратами и с таким же или лучшим качеством. Поэтому аутсорсинг увеличивает ценность компании-нанимателя.

#### 4. Расширение прав и возможностей

Наделение полномочиями состоит в делегировании определенного уровня власти и полномочий подчиненным, с целью предоставления им большей степени участия и вовлечения в принятие решений в компании. Лидеры при этом концентрируют усилия на ключевых задачах организации.

#### 5. Сравнительный анализ

Бенчмаркинг позволяет сравнивать и измерять операции и процессы в организации. Это сравнение и измерение могут быть внутренними, если они проводятся в различных подразделениях организации. Внешнее сравнение проводится в сопоставлении с другой компанией или организацией, которая считается лидером на рынке.

Идея состоит в том, чтобы сравнить компанию с наиболее эффективными конкурентами на рынке, улучшить операции и процессы компании, учась у лучших.

#### 6. Принцип пяти секунд.

Эта практика направлена на комплексное обслуживание компании, включая оборудование, машины, инфраструктуру и рабочую среду. Она основана на пяти фундаментальных принципах: классификация, порядок, чистота, стандартизация и поддержание дисциплины.

Это простая и эффективная практика, позволяющая повысить качество, сократить время простоя и снизить затраты.

7. Принцип «точно в срок» — это способ организации производства путем планирования и контроля производственного процесса с целью выпуска необходимой продукции в необходимом количестве и в заданные сроки.

Выше перечислены наиболее часто используемые в современном стратегическом управлении практики и методы. Но есть еще много других, например, коучинг, электронная коммерция, семь «S» McKinsey [6].

Наконец, можно сказать, что у всех практик современного стратегического менеджмента общая цель — повышение эффективности организаций. В качестве сопутствующей цели следует ориентироваться на снижение себестоимости продукции и увеличение объемов производства. Все эти практики позволяют лучше адаптироваться к изменениям, происходящим в социальной и экономической среде.

Стратегическое управление основано на четком понимании миссии организации, ее видении будущего и ценностях, которыми она будет руководствоваться. Этот процесс требует приверженности стратегическому планированию, — подразделу управления бизнесом, который

включает в себя способность организации ставить краткосрочные и долгосрочные цели. Стратегическое планирование также включает в себя планирование стратегических решений, мероприятий и распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей.

Это подразумевает трансцендентные изменения в таких важных областях, как операционная и экономическая структура, управленческое лидерство, управление персоналом и командой, имидж бренда, опыт сотрудников и внутренняя культура. Все это, с общей точки зрения, становится гармоничным при параллельном развитии технологического оборудования и операционных, конкурентных и стратегических структур [7].

Другими словами, модернизация стратегического менеджмента больше, чем сумма ее частей. Она подразумевает отказ от существующих организационных парадигм и стратегическую перестройку целей, методов, инструментов и ресурсов, направленных на успешную адаптацию стратегического менеджмента к динамичной среде.

Без сомнения, это неизбежный вызов, потому что, как уверяют международные эксперты, цена неприсоединения к этой эволюции неизбежно выльется в потерю конкурентоспособности, рынка и клиентов, что приведет к исчезновению компаний, у которых нет достаточного стратегического видения для модернизации.

Другими словами, только компании с эффективной современной системой стратегического менеджмента будут иметь правильную культуру, инструменты, структуру, технологии и персонал, успешно справляться с постоянными изменениями сценария и, в то же время, укреплять свое видение будущего [8].

Это подразумевает адаптацию процессов стратегического менеджмента к текущим экономическим, социальным и технологическим изменениям, чтобы имплементировать новые тенденции с опорой на более резистентный фундамент и рост [9].

Для этого также необходимо прибегнуть к ряду новых инструментов, которые работают на основе таких концепций, как гибкие методологии, всеобщее качество, а также системы постоянного улучшения и управления. Все они позволяют эффективно управлять компанией.

Чтобы эта адаптация была успешной, компания также должна располагать квалифицированным человеческим капиталом, — академическим и технологическим. А это означает, что каждый сотрудник имеет возможность эффективно использовать соответствующие методы и процедуры в кратчайшие сроки [10].

Современная компания также должна иметь менеджеров, директоров и акционеров с новыми характеристиками и атрибутами лидерства. Другими словами, они должны быть способны координировать профессиональные рабочие группы, активно мотивируя их и предлагая возможности для обновления знаний, чтобы они помогли кристаллизовать проекты и общие цели, связанные с видением будущего [11].

Необходимо также стремиться к постоянному повышению качества, работоспособности, результатов, производительности и конкурентоспособности.

Таким образом, постепенный переход к современному стратегическому менеджменту требует четкого понимания оптимизации производственного процесса: только таким образом измененный стратегический менеджмент сможет повысить общую производительность компании, а также рассчитывать на массовое и заинтересованное участие ее сотрудников, менеджеров и акционеров [12].

В рамках реализации стратегии также важна углубленная работа по распространению в социальных сетях, которые с каждым днем все больше и больше влияют на современную концепцию стратегического менеджмента. Большая часть процессов и действий, которые сегодня поддерживают стратегическое развитие любой компании, такие как позиционирование, лояльность к бренду и институциональный имидж, распространяются и оцениваются через различные платформы онлайн-взаимодействия (также известные как новые «виртуальные квадраты»).

Успех современного стратегического менеджмента в современном бизнесе достижим только в тот момент, когда персонал, специализированный и современный, будет эффективно использовать технологии и стратегии, способствующие расширению. Другими словами, необходимо не только расширять методологический аспект обучения, но и концентрироваться на формировании навыков и умений, необходимых для применения знаний на благо общих интересов и целей организации [13].

**Методология.** Отправной точкой для исследования стало рассмотрение общей картины стратегического менеджмента и его роли в деятельности организации. Определение стратегического менеджмента было получено путем анализа научной литературы на выбранную тематику. С помощью классификации были отобраны критерии, которые отличают стратегический менеджмент в современных организациях от методов управления восемнадцатого века. Такой метод исследования, как дедуктивный анализ оказался наиболее полезным в конце исследования, когда на основании накопленного и теоретически истолкованного материала необходимо было сделать выводы об особенностях концепции современного стратегического менеджмента.

**Результаты.** Эволюция современного стратегического менеджмента требует инструментов и знаний, а также грамотного руководства, которое сможет внедрить все эти навыки в деятельность компании. Таким образом организация сможет решать задачи культурной трансформации и эффективно реагировать на желания, потребности и требования клиентов, поставщиков и целевых рынков.

Поэтому необходимо поощрять знания и опыт, чтобы правильно планировать, организовывать, управлять каждой ситуацией быстро и эффективно. В процессе перехода к инструментам современного стратегического менеджмента необходимо быть готовым оперативно реагировать на непредвиденные события и непредвиденные обстоятельства, которые могут возникнуть в пути [14].

Иными словами, переход к современному стратегическому менеджменту — это ответственность, которая влечет за собой очень сложные задачи, потому что современной организации всегда придется сталкиваться с существенны-

ми изменениями и преобразованиями, которые порой также будут полны рисков и неопределенностей, особенно на экономическом уровне. В этот момент современный стратегический менеджмент призван помочь сориентироваться и превратить эти угрозы в возможности для развития.

Кроме того, необходимо наделять полномочиями руководство, способное направлять и мотивировать рабочие группы, четко и понятно формулируя и сообщая цели, поставленные организацией. Таким образом, у таких организаций появится возможность убедиться, что команды идентифицируют себя с общими целями организации, а потому готовы продвигать адекватную культуру, ориентированную на достижения [15].

Таким образом, в настоящее время организациям всех уровней и направлений производства требуются значительные изменения для адаптации к новым ситуациям и операциям. Концепция современного стратегического менеджмента лежит в контексте тщательно сформулированной интегрированной стратегии. Действия по его реализации приводят к желаемым стратегическим результатам. Это динамичный процесс, потому что рынки и структуры конкуренции постоянно меняются и должны быть согласованы со стратегическими входами компании, которые никогда не перестают развиваться.

### Заключение

Постоянное развитие и адаптация к новым условиям стратегического менеджмента необходима просто потому, что нынешний сценарий трансформации, который переживает весь деловой мир, выливается в необходимость иметь все более квалифицированные кадры с лучшими навыками, способностями и возможностью адаптироваться к новой реальности. Говорить об успехе современного стратегического менеджмента в бизнесе можно будет только тогда, когда персонал компаний будет достаточно компетентен, чтобы владеть современными технологическими навыками, что позволит компаниям эффективно расширяться. Прогресс в стратегическом управлении важен для эффективного планирования и прогнозирования будущего курса компании. Стратегический менеджмент задает направление деятельности организации и ее сотрудников. Особенностью стратегического планирования является фокус на долгосрочных целях и задачах. Его эффективность способствует повышению производительности, увеличению прибыли и расширению на рынке. Хорошо налаженные управленческие процессы помогут менеджерам организаций принимать логические решения и быстро разрабатывать новые цели, чтобы не отставать от меняющихся технологий, рынка и условий бизнеса. Таким образом, стратегическое управление может помочь организации получить конкурентное преимущество, увеличить долю рынка и планировать будущее.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бариленко В. И. и др. Анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие. М. : Омега-Л, 2009. 413 с.
2. Виханский О. С. Стратегическое управление. М. : 2005. 296 с.
3. Уткин Э. А. Курс менеджмента : учебник для вузов. М. : Зерцало, 2003. 155 с.
4. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Планирование бизнеса. М. : Финансы и статистика, 2017. 315 с.
5. Алексеева А. И., Васильев Ю. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика. 2015. 266 с.
6. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы. М. : 2003. 176 с.
7. Управление организацией : учебник / Под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. 4-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2011, 736 с
8. Есипова В. Е. Стратегический менеджмент : учебник для вузов. 3-е изд., М. : 2018. 288 с.

9. Стражева В. И. Анализ хозяйственной деятельности. М. : Высшая школа, 2016. 136 с.
10. Рубцов С. В. Целевое управление в корпорациях. Управление изменениями. М. : 654 с.
11. Черныш Е. А. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учебное пособие. М. : ПРИОР, 1999. 176 с.
12. Лок Ф., Харрис П. Макиавелли, маркетинг и менеджмент. М.: 2011. 227 с.
13. Басовский Л. Е. Стратегический менеджмент. М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. 256 с.
14. Акопова Е. С., Воронкова О. Н., Гаврилко Н. Н. Бизнес-планирование : учебник. Ростов н/Д. : Феникс, 2018. 594 с.
15. Стивен П. Роббинс, Мэри Коултер. Менеджмент. М. : Вильямс, 2010. 1056 с.

## REFERENCES

1. Barylenko V. I. et al. Analysis of economic activity: textbook. Moscow, Omega-L, 2009. 413 p. (In Russ.)
2. Vikhansky O. S. *Strategic management*. Moscow, 2005. 296 p. (In Russ.)
3. Utkin E. A. *Management course: textbook for universities*. Moscow, Zertsalo, 2003. 155 p. (In Russ.)
4. Balabanov I. T., Balabanov A. I. *Business planning*. Moscow, Finansy i statistika, 2017. 315 p. (In Russ.)
5. Alekseeva A. I. Vasiliev Yu. V. *Comprehensive economic analysis of economic activity: textbook*. Moscow, Finansy i statistika, 2015. 266 p. (In Russ.)
6. Alekseeva M. M. *Planning the firm's activities*. Moscow, 2003. 176 p. (In Russ.)
7. *Organization management: textbook*. Ed. by Porshneva A. G., Rumyantseva Z. P., Salomatina N. A. Moscow, INFRA-M, 2011. 736 p. (In Russ.)
8. Esipova V. E. *Strategic Management. Textbook for universities*. 3rd edition, 2018. 288 p. (In Russ.)
9. Strazheva V. I. *Analysis of economic activity*. Moscow, Vysshaya shkola, 2016, 136 p. (In Russ.)
10. Rubtsov S. V. *Target management in corporations. Change management*. Moscow, 654 p. (In Russ.)
11. Chernysh E. A. *Forecasting and planning in market conditions. Textbook*. Moscow, PRIOR, 1999. 176 p. (In Russ.)
12. Lok F., Harris P. *Machiavelli, Marketing and Management*. Moscow, 2011. 227 p. (In Russ.)
13. Basovsky L. E. *Strategic management*, Moscow, INFRA-M, 2014. 256 p. (In Russ.)
14. Akopova E. S., Voronkova O. N., Gavrilko N. N. *Business Planning. Textbook*. Rostov, Feniks, 2018. 594 p. (In Russ.)
15. Stephen P. Robbins, Mary Coulter. *Management*. Moscow, Vil'yams, 2010. 1056 p. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 10.08.2022; одобрена после рецензирования 17.09.2022; принята к публикации 24.09.2022.  
The article was submitted 10.08.2022; approved after reviewing 17.09.2022; accepted for publication 24.09.2022.

## Научная статья

УДК 338.2

DOI: 10.25683/VOLBI.2022.61.442

### Irina Mikhailovna Zaychenko

Candidate of Economics,  
Associate Professor,  
Graduate School of Industrial Management  
Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University  
Saint Petersburg, Russian Federation  
zaychenko@spbpstu.ru

### Ирина Михайловна Зайченко

канд. экон. наук,  
доцент Высшей школы производственного менеджмента,  
Санкт-Петербургский политехнический университет  
Петра Великого  
Санкт-Петербург, Российская Федерация  
zaychenko@spbpstu.ru

### Andrei Aleksandrovich Ishimov

Applicant,  
Peter the Great St. Petersburg  
Polytechnic University  
Saint Petersburg, Russian Federation  
ishimov.job@gmail.com

### Андрей Александрович Ишимов

соискатель,  
Санкт-Петербургский политехнический университет  
Петра Великого  
Санкт-Петербург, Российская Федерация  
ishimov.job@gmail.com

## ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, КЛАССИФИКАЦИЯ

### 5.2.3 — Региональная и отраслевая экономика

**Аннотация.** Целью статьи являлось исследование понятий «инновации» и «инновационная стратегия», анализ видов инновационных стратегий, анализ различных подходов к описанию инноваций и инновационных стратегий различными авторами. Основываясь на научной литературе как российских, так и зарубежных ученых, авторами про-

веден анализ основных понятий исследуемой темы. В работе исследованы различные взгляды на определения понятия «инновации», определены основные различия и подходы к определению термина авторами. Проведен анализ понятия «стратегия» и «инновационная стратегия», раскрыты отличительные особенности в различных авторских