

подходов ученых и авторов к определению содержательной сути инноваций, их влиянию на экономическую сферу и общество в целом. В рамках теории инноваций рассматриваются два подхода – классический и альтернативный. Классическая теория представлена с позиции формирования и конкретизации понятия инноваций, а также взаимосвязя экономической сферы и инноваций в эволюционном контексте. Учения классической теории можно разделить на два направления – экономический и научно-исторический подходы. Альтернативная теория представлена как отождествление инновационного развития политической и социальной сфер жизни общества. Данный подход включает в себя социальные теории инноваций, теории цикличности и формирующееся направление – экосистемный подход к инновациям.

THE INNOVATION THEORY AS THE KEY STREAM OF THE XXTH CENTURY RESEARCH STUDIES

Varenik K.A.

Tyumen State Academy of World Economy, Management and Law
(625051, Tyumen, street 30 Let Pobedy, 102), e-mail: ka_varenik@mail.ru

The article describes the process of formation and development of the innovation theory as an independent study. Based on the common evolutionary stages the author proposes classification of the innovation theory. This classification differs in approaches to definition of innovations and their influence on economic domain and social generally. Two approaches considered within innovation theory are classic and alternative studies. The classic theory is analyzed as defining or detailing of innovation's core and relation of an economic sphere and innovations in their evolutional development. Theories of the classic approach can be divided in two parts that are economic and solidly historical. The alternative theory is presented as an identification of innovative development in the political and social spheres. This approach includes social innovation theories, the theory of innovation cycle and the emerging trend - the ecosystem approach to innovations.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОВЕДЕНИЯ КОМПЛЕКСНОЙ ДИАГНОСТИКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ В РАМКАХ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММЫ РЫНОЧНООРИЕНТИРОВАННОЙ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Varzunov A.V., Pavlova E.A.

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет
информационных технологий, механики и оптики», Санкт-Петербург, Россия
(197101, Санкт-Петербург, пр. Кронверкский, д. 49), e-mail: varzunov@inbox.ru

В статье предлагаются разработанные авторами методические основы осуществления комплексной диагностики деятельности предприятия на рынке (рыночного аудита) в рамках проведения рыночноориентированной реструктуризации промышленных предприятий. Комплексная диагностика включает оценку внешней среды, в которой оперирует промышленное предприятие, оценку целей и стратегии предприятия на рынке, оценку структуры управления маркетингом, анализ основных систем маркетинга, бюджета маркетинга, анализ кадрового потенциала, оценку клиентоориентированности предприятия. Она позволяет представить промышленное предприятие как структурированную, прозрачную систему, пригодную для анализа и поиска путей модернизации. Результатом диагностики предприятия является собранная и систематизированная информация, которая послужит базой для принятия управленических решений на дальнейших этапах рыночноориентированной реструктуризации.

THE METHODOLOGICAL BASIS OF THE DIAGNOSTICS OF AN ENTERPRISE'S ACTIVITY ON THE MARKET WITHIN THE DEVELOPMENT OF THE PROGRAM OF THE MARKET-ORIENTED RESTRUCTURING OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Varzunov A.V., Pavlova E.A.

St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, St. Petersburg,
Russia (197101, St. Petersburg, Kronverkskiy pr., 49), e-mail: varzunov@inbox.ru

In the article the methodological basis of realization of complex diagnostics of enterprises activities on the market (market audit) within the bounds of holding market-oriented restructuring of industrial enterprises, made by the author, are offered. Complex diagnostics includes the rating of environment, where the industrial enterprise is operating, the rating of aims and strategies of this enterprise on the market, the rating of marketing management structure, the analysis of the main systems of marketing, the budget of marketing, the analysis of the personnel potential, the rating of the client-orienting of the enterprise. It allows us to see the industrial enterprise as the structured limpid system suitable for the analysis and searching the ways of modernization. The result of diagnostics is gathered and systematized information, which will be the basis of making the marketing decisions on the further stages of market-oriented restructuring.