

работоспособность пультов (которая может быть нарушена из-за разряда батарей).

Для уменьшения потока передаваемой информации номер пульта не передается в явном виде, а кодируется путем расположения передаваемого пакета данных в соответствующем временном окне кадра данных. После этого преподаватель с помощью мыши либо управляющего пульта запускает процесс тестирования, в ходе которого студент должен выбрать один либо несколько правильных ответов из предложенных. После завершения тестирования результаты сохраняются в базе данных для последующего представления в виде разнообразных отчетов с сортировкой: по числу правильных и неправильных ответов, по времени ответов на каждый вопрос, с выставлением оценки с помощью заданной весовой функции, с выбором лучшего студента в пределах группы и потока и т.д.

Контроль практических навыков происходит в ходе выполнения лабораторной работы на соответствующем макете, сигналы с контрольных точек которого переводятся в цифровую форму и анализируются. Захват и анализ сигналов производятся несколько раз в секунду, что позволяет тестируемому считать этот процесс непрерывным. После окончательной сборки схемы студент нажимает кнопку «Готов», в результате чего производится сравнение режима работы макета с эталонным с передачей результатов в центральную ЭВМ. Принятие решения об окончании сборки схемы может приниматься и автоматически по критерию неизменности сигналов в течение заданного промежутка времени.

Кроме режима контроля возможно и использование режима «Обучение», в ходе которого студенту с помощью блоков индикации объясняется каждый следующий шаг выполнения работы, результат выполнения которого контролируется с выводом на индикатор соответствующего сообщения.

Практическое использование разработанной системы показало не только уменьшение затрат учебного времени на проведение контроля знаний и практических навыков при повышении объективности выставляемых оценок, но и значительное увеличение интереса учащихся к процессу тестирования, который в этом случае содержит игровую и соревновательную составляющие.

*А.И. Ерчак, канд. экон. наук, доцент
Белорусский государственный экономический университет (Минск)*

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ КАК УСЛОВИЕ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ КОНЦЕНТРИРОВАННОГО РОСТА В ТОРГОВЛЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Ограниченность финансовых ресурсов организации в процессе стратегического планирования требует определения приоритетов внедре-

ния инноваций. Необходимо оценить возможности использования отдельных видов инноваций в качестве основы реализации «эталонных» стратегий бизнеса.

Для этих целей целесообразно рассмотреть различные группы корпоративных стратегий, выделяемых в рамках стратегического менеджмента организации. Стратегии концентрированного роста предполагают концентрацию усилий организации на преимущественном развитии имеющегося бизнеса. При реализации стратегии «усиления позиций на рынке» организация делает все, чтобы с имеющимся ассортиментом товаров на данном рынке завоевать лучшие позиции. В качестве основы такой стратегии рассматривается не столько изменение ассортимента либо переход на иные сегменты рынка, сколько концентрация усилий на маркетинговом продвижении. Для реализации стратегии необходимо, чтобы организация за счет дальнейшей интенсификации усилий и направляемых в бизнес средств повысила эффективность развития. Реализация такой стратегии редко требует кардинальных изменений в технологических процессах. Технологические инновации в данном случае редко являются основным стратегическим решением.

Необходимость повышения эффективности действующего бизнеса позволяет организации акцентировать внимание на инновациях, связанных с совершенствованием логистических цепочек и обработкой информации. Значение логистических инноваций при реализации стратегии «усиления позиций на рынке» обусловлено тем, что работа с запасами для торговых организаций в условиях кризиса может обеспечивать существенный экономический эффект без существенных затрат. Инновации в сфере сбора и обработки информации обеспечивают привязку формируемой стратегии к текущим тенденциям изменения внешней и внутренней среды, реализацию принципа «обратной связи». Являются широко востребованными и инновации в области продвижения на рынок, что обусловлено особенностями целевых установок при реализации данной стратегии.

В свою очередь стратегия «развития рынка» предполагает поиск новых сегментов рынка или новых географических рынков для реализуемого торговой организацией ассортимента. Примером реализации такой стратегии в торговле служат работающие на рынке Республики Беларусь продовольственные сети, в том числе проникающие на рынки регионов. В условиях розничной торговли основными факторами осуществления покупки являются цена, качество, широта ассортимента и возможность выбора, наличие сопутствующих услуг. Не менее важным является такой фактор, как затраты времени и сил на осуществление покупки. Рынок покупателей, обслуживаемых конкретным продовольственным магазином, всегда четко ограничен. В связи с этим экономически обоснованным является поиск возможностей расширения

этого рынка за счет открытия новых магазинов. Высокая доля постоянных затрат в торговле позволяет рассчитывать на высокий эффект масштаба, что в свою очередь подтверждается опытом иностранных сетевых структур.

Расширение географических рамок торгового бизнеса существенно повышает значение инноваций в сферу логистики. Плохая логистика приводит к экспоненциальному росту затрат и прямых потерь товаров. Особое значение управленческих инноваций обусловлено тем, что в условиях увеличения количества магазинов возникают дополнительные сложности с оценкой эффективности их работы, принятием общих для сети управленческих решений. В случае работы на разных географических рынках возможно появление значительных различий в покупательной способности обслуживаемого контингента покупателей, их предпочтениях, конкурентной среде. Это требует делегирования ряда полномочий по принятию управленческих решений руководством на местах, существенной корректировке в применяемой структуре и характере управления торговой организацией. Таким образом, внедрение управленческих инноваций является необходимым элементом реализуемой стратегии «развития рынка».

Стратегия «развитие продукта» предполагает решение задачи роста бизнеса за счет развития, расширения ассортимента товаров, реализуемых торговой организацией на освоенном рынке. В этом случае акцент в осуществлении стратегических изменений в организации ставится на корректировку ассортиментной матрицы магазина. Это может быть как расширение ассортимента с сохранением товарной специализации магазина, так и реализация стратегии «фокусирования», когда организация сознательно отказывается от реализации части товаров с целью углубления ассортимента определенных позиций. Реализация данной стратегии повышает значение инноваций в области учета — необходимо четко разграничивать товарные позиции по степени их значимости для организации. Значение инноваций в сфере сбора и обработки информации обусловлено тем, что в торговле должны активно применяться и иные подходы к развитию ассортимента. В частности, на основе покупательских предпочтений, например использования элементов ценовой стратегии «убыточного лидера», на основе карты конкуренции. Это в свою очередь повышает значение качественной обработки имеющихся потоков информации о состоянии внешней и внутренней среды, а зачастую и существенно расширяет спектр получаемой информации. Инновации в области продвижения на рынок необходимы в связи с тем, что изменение ассортимента магазина требует активизации усилий по доведению соответствующей информации до потребителей. Реализация стратегии «фокусирования» предполагает изменение в позиционировании организации на рынке. Изменяется и выбор средств и методов продвижения, что требует внедрения соответствующих новаций.