

середньо шляхом опитування потенційної групи клієнтів. Інформація отримана за останньою методикою дає можливість вирішити такі питання, як:

- уподобання стосовно кольорової палітри одягу;
- прийнятний рівень ціни та готовність до додаткових витрат, за умови вдосконалення моделей чи фасону;
- визначити фактори, які формують споживчу цінність в півсвідомості споживача;
- отримати інформацію стосовно структури асортименту, а саме співвідношення розмірно-статевого співвідношення асортиментних груп та асортиментних ліній тощо.

Необхідну інформацію можливо отримати, також, шляхом опитування експертів в даній галузі (дизайнерів, модельєрів), а також продавців одягу чи менеджерів по дистрибуції.

Однак крім інформації стосовно якісних характеристик асортименту товарів, необхідно спрогнозувати кількісне вираження обсягів реалізації на певний період часу. Для прогнозування попиту, як правило, використовують дані минулих продаж і на основі методів екстраполяції, експертної оцінки зміни темпів споживання тощо.

Причому предметом ймовірного прогнозування попиту є фактори, які чинять дію на його структуру та обсяг потреб, динаміку в минулому, сучасному та майбутньому. Така постановка питань пов'язана з комплексним вивченням досліджуваного ринкового попиту, який направлений на повне задоволення запитів споживачів.

Окрім дослідження споживачів, в процесі розробки асортиментної стратегії необхідно провести аналіз конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому. Оцінювання конкурентоспроможності ґрунтується на порівнянні характеристик аналізованої продукції з конкретним попитом і виявленням їхньої взаємодії відповідності. Для об'єктивної оцінки необхідно використовувати ті ж критерії, які застосовує споживач, обираючи товар на ринку. Параметри які використовуються при оцінюванні конкурентоспроможності, включають дві узагальнюючі групи: параметри якості (технічні) й економічні параметри. До групи технічних параметрів відносять параметри попиту, які характеризують зміст потреби і умови її задоволення. До групи економічних параметрів відносять повні витрати споживача з придбання й споживання продукції, а також умови придбання і використання продукції на конкретному ринку.

Слід відзначити, що споживчі переваги – головна умова у визначенні як якісних, так і кількісних змін у товарах, що реалізуються. Саме оцінка виробниками споживчих параметрів товару стає фактором, який впливає на випуск товарів легкої промисловості.

**М.М. Нашкерськ, Н.С. Станасюк**  
Національний університет “Львівська політехніка”

## **ІННОВАЦІЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІНАНСОВОЇ СЛУЖБИ КОРПОРАЦІЇ**

© Нашкерська М.М., Станасюк Н.С., 2011

Закону України “Про інноваційну діяльність” трактує інновації як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. У цьому ж документі означено об'єкти інноваційної діяльності, і серед них є “організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери” [1].

Власне, ми акцентуємо увагу на інноваціях, що стосуються покращання організаційної структури підприємства. Адже, організаційні інновації включають нові методи і форми організації різних видів діяльності підприємств (організаційні структури управління сферами виробництва, фінансами, персоналом тощо). Втілення організаційних інновацій у діяльність підприємств актуальна зараз, бо глибока і затяжна соціально-економічна криза, вимагає нових ініціатив і рішень, які потребують усі сфери суспільного виробництва.

Розглядаючи інновацію як динамічний процес використання і втілення ідей, винаходів у нові продукти, організаційно-технічні і соціально-економічні рішення виробничого, фінансового, комерційного характеру, ми зосередимося на моментах, що стосуються вдосконалення організації фінансових служб великих корпорацій, бізнес яких зосереджений у багатьох країнах світу. Адже, основне призначення інновацій полягає у практичній реалізації нових технологій, продуктів, рішень, які зменшують витрати і в кінцевому результаті збільшують прибутковість діяльності підприємств. Реалізація прийнятих рішень вищого менеджменту, що стосуються вдосконалення, оптимізації організації діяльності шляхом кардинальної зміни організаційної структури підприємств, розподілу функціональних обов'язків, спричиняють економію ресурсів і покращення якості праці - вважаються інновацією.

Через глобалізацію усіх процесів бізнесу великих корпорацій (географічне розширення ринків збуту, збільшення кількості постачальників та дистриб'юторів, збільшення асортименту продукції чи послуг тощо) об'єктивно утруднюється прозорість та контроль за рухом грошових потоків. Разом з тим, пропорційно збільшується кількість працівників фінансових служб компаній, і ці структури корпорацій, виступаючи суб'єктом управління, самі стають центрами значних фінансових витрат. Вирішуючи цю проблему, яка ускладнилася ще й затяжною економічною кризою, менеджмент великих корпорацій, підприємства, яких працюють у різних частинах світу, постав перед необхідністю реорганізації діяльності фінансових служб з метою підвищення ефективності їх діяльності і оптимізації витрат на їх обслуговування.

Так, швейцарська компанія Nestle постійно працює над оптимізацією бізнес-процесів регулярно впроваджуючи у практику новітні технології ведення бізнесу. З метою оптимізації діяльності фінансових служб у складі Nestle було створено окрему структуру "Бізнес Сервіс Nestle" (NBS), метою якої є надання високопрофесійних фінансових послуг. Суть цього нововведення полягає у розробці методології надання спільних послуг у сфері бухгалтерського обліку і фінансів, управлінні персоналом та нарахування заробітної плати. Така модель дозволяє частині працівників підприємств корпорації максимально сконцентруватися над потребами ринку: розробкою нових продуктів, вдосконалення систем якості, оновлення технологічних процесів, навчання персоналу, впровадження корпоративних програм тощо.

У 2008 р. перший такий центр було створено у Бразилії. Він надає послуги з ведення бухгалтерського обліку та управління персоналом для 21 країни Латинської Америки у яких має бізнес компанія Nestle. Таким чином, бізнес-процеси, які покликані забезпечити функціонування основного бізнесу великої корпорації виведено у окрему самостійну структурну одиницю.

### *1. Закон України: Про інноваційну діяльність України.*