

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ, ПОВ'ЯЗАНИМИ З ПОКРАЩЕННЯМ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ОСНОВІ ФУНКЦІОНАЛЬНО-ВАРТІСНОГО АНАЛІЗУ

Чаварга В.В.

У статті визначено основні проблеми, які склалися на ринку легкої промисловості України на сьогоднішній день. Висвітлено основні теоретичні положення функціонально-вартісного аналізу, як одного зі способів удосконалення процесу управління витратами, пов'язаними з покращенням якості продукції легкої промисловості, а також здійснено його практичне застосування на прикладі ЗАТ «Ужгородська швейна фабрика».

Ключові слова: *якість, витрати, пов'язані з покращенням та забезпеченням якості продукції, легка промисловість, функціонально-вартісний аналіз.*

ВСТУП

Більшість сучасних підприємців чітко розуміють, що якість є однією з ключових цілей їхньої діяльності. Прийшло розуміння того, що основним і незаперечним орієнтиром в створенні будь-якого продукту є інтерес та потреба споживача.

Актуальність даної теми, особливо в такий скрутний час для економіки всього світу, полягає в тому, що кожен підприємець, без винятку, повинен забезпечити на своєму підприємстві таку систему управління витратами, яка б забезпечувала прибуткову діяльність і давала змогу бути конкурентноспроможним.

Дослідженню питання управління якістю продукції та витрат, пов'язаних з її забезпеченням і покращенням значна увага приділена в працях видатних зарубіжних вчених Е.Демінга, В.Шухарта, Дж.Джурана, російських вчених В.Ю. Огвоздіна, Е.М. Карлика, Т.Н. Харламової, О.С.Єрьоменко, українських дослідників В.М. Пархоменко, Н.А. Морозова-Герасимович, І.Ю. Тимрієнко та інших. Питання ролі функціонально-вартісного аналізу в управлінні витратами на якість продукції розглядали українські дослідники О.Г. Дегтяренко та В.І. Ждан.

Проте, питання вдосконалення процесу управління витратами, пов'язаними з покращенням та забезпеченням якості продукції легкої промисловості вимагають додаткового дослідження та з'ясування низки теоретичних і практичних проблем.

1 ПРОБЛЕМИ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Якість – запорука успішної діяльності та процвітання будь-якого підприємства, а особливо підприємств легкої промисловості. Адже основним завданням швейних підприємств є забезпечення

споживачів одним з трьох основних елементів матеріальних благ: їжа, житло, одяг.

Обираючи для себе одяг, кожен з нас ставить до нього певні вимоги та визначає критерії, якими і керується при наданні переваги тому чи іншому виробу. Найчастіше – це практичність та зручність у використанні, відповідність модним тенденціям, якість та ціна. Отже, перед споживачем постає досить складний вибір.

На сьогоднішній день, пропозиція на ринку одягу є більш ніж достатньою. Але все це тільки на перший погляд. Коли ми підходимо до вибору конкретного виробу, перед нами постає ряд проблем. Перш за все, це проблема якості: неприємна на дотик та неякісна тканина, недбалі пошив. Така ситуація виникає через те що частка імпортного товару на ринку України складає понад 90%, значна частина якого являється неякісною підрубкою іменитих брендів. Дуже часто виникає ситуація, коли якість, ніби, влаштовує, виріб пасує та відповідає сучасній моді, але ціна є невиправдано високою. На сьогоднішній день, важко зрозуміти звідки беруться такі ціни. Адже за даними Державної митної служби України в 2010 році середня ціна імпортованих светрів в Україну складає 3 долари [5]. Не виникає сумніву, що жоден з нас не знайде поповнення до свого гардеробу за таку, або навіть трохи вищу ціну, враховуючи необхідну націнку для прибуткової діяльності підприємців. Все це зумовлено тим, що торгівці одягом просто користуються ситуацією, яка склалася на ринку легкої промисловості України і встановлюють невиправдано високі ціни на імпортний одяг. В той час як українські швейні фабрики експортують якісний одяг замовникам з Німеччини, Італії, Бельгії, Словаччини, Данії, Швеції, Великої Британії та інших країн.

З огляду на вищенаведене, слід зазначити, що підтримка та розвиток легкої промисловості в Україні є край важливою складовою державних реформ.

Проте, не менш необхідною та важливою є ефективна діяльність підприємств швейної промисловості. А саме, налагодження на підприємстві

Чаварга Вікторія Вікторівна, аспірантка кафедри обліку та аудиту ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Victory_Ch@ukr.net, 0501329657

такої системи управління всіма виробничими процесами, яка б забезпечувала ефективну прибуткову діяльність та надавала змогу бути конкурентноспроможним як на ринку України, так і на світовому ринку в цілому. Одним з ключових елементів в даній системі повинен бути процес управління витратами, пов'язаними з покращенням та забезпеченням якості продукції.

При цьому слід чітко розуміти, що результат роботи підприємства та його становище на ринку залежить від двох базових складових:

1) якість цілі - визначення цілей якості як максимальної цінності для споживача;

2) якість виконання - зниження дефектності продукції [2, с.108-115].

Тобто, при виробництві того чи іншого продукту, перш за все необхідно враховувати вимоги та потреби споживачів, а також визначати максимальну ціну, яку готовий заплатити покупець за ту чи іншу якість продукту. Іншими словами, встановлювати оптимальне співвідношення ціни та якості.

Не менш важливим є питання якості виконання, тобто зниження виробництва дефектної продукції. Так, наприклад, Венкі Нагар (Venky Nagar) і Мадхав Раджан (Madhav Rajan) провели дослідження витрат, пов'язаних із забезпеченням якості на 11 заводах-виробниках однієї великої компанії США і з'ясувалось, що загальні витрати на забезпечення якості склали близько 7% від продаж. Крім того, виявилось, що витрати внаслідок відмови по зовнішнім причинам, які визначалися в звичайному порядку, значно занижували справжній вплив цих витрат на прибуток компанії. На додачу до очевидних витрат на ремонт дефектної продукції, яка знаходиться на гарантії, дефектна продукція, яка була продана споживачам, негативно впливає на репутацію компанії, а отже, і на обсяг майбутніх продаж. Статистичний аналіз даних, отриманий від заводів-виробників, показав, що збільшення таких витрат внаслідок відмов по зовнішнім причинам, як витрати на гарантійний ремонт на суму 1 млн. доларів, асоціювався із загальним зменшенням майбутніх продаж на суму 26 млн. доларів, і з загальним зменшенням майбутнього прибутку на суму 10,40 млн. доларів [3, с.82].

Зупинимось більш конкретно на якості цілі та визначимо шляхи її покращення.

2 ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ, ПОВ'ЯЗАНИМИ З ПОКРАЩЕННЯМ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ, НА ОСНОВІ ФУНКЦІОНАЛЬНО-ВАРТІСНОГО АНАЛІЗУ

Одним зі способів удосконалення процесу управління витратами, пов'язаними з забезпеченням та покращенням якості продукції є застосування функціонально-вартісного аналізу, який є ефективним механізмом аналізу витрат на якість продукції.

Функціонально-вартісний аналіз (ФВА) – це метод системного дослідження функцій окремого господарського процесу, структури або продукту, орієнтований на підвищення ефективності використання ресурсів шляхом оптимізації співвідношення між споживчими властивостями продукту та витратами на його розроблення, виробництво і експлуатацію [3, с.83].

Метод ФВА був розроблений у США і вперше застосований у 1947 р. у компанії «Дженерал Електрик».

На сьогоднішній день метод ФВА застосовується промисловими компаніями США, Англії, Франції й інших країн з розвинутою ринковою економікою.

В Україні роботи по проведенню аналізу вартості функцій об'єктів незначні і найчастіше торкаються проблем електротехнічної промисловості.

Функціонально-вартісний аналіз проводять у декілька етапів.

На першому, підготовчому етапі, уточнюють об'єкт аналізу – носія витрат. Це особливо важливо при обмеженості ресурсів виробника.

На другому, інформаційному етапі, збираються дані про досліджуваний об'єкт і його складові. Вони здійснюються декількома потоками за принципом відкритої інформаційної мережі, що має модифіковану форму "шпори" (рис. 1).

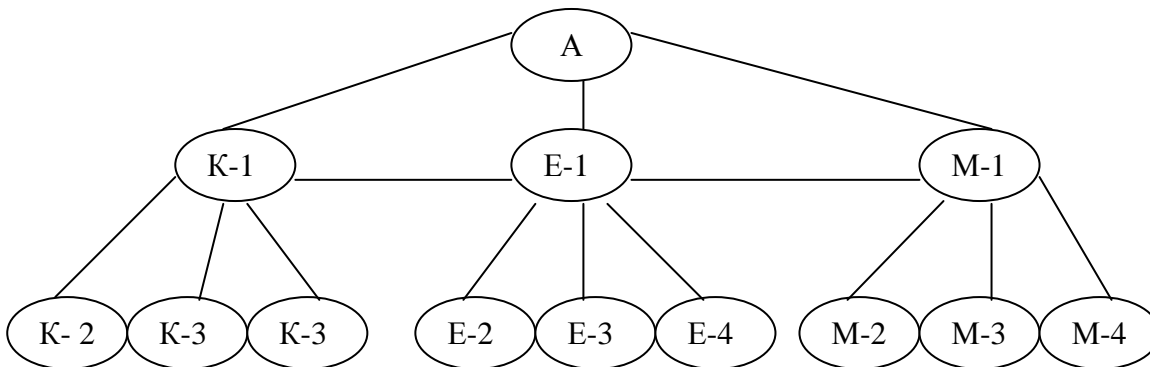


Рис. 1 Модель інформаційної мережі ФВА [4, с.85]

Інформація з поліпшення якості продукту і зниження витрат на його розроблення надходить з різних підрозділів організації (К, Е) і від споживача (М) до керівників відповідних служб. Оцінки і побажання споживачів акумулюються в маркетинговому відділі. У процесі роботи вихідні дані обробляються, перетворюючись у відповідні показники якості та витрати, проходячи всі зацікавлені підрозділи, і надходять до керівника проекту (А).

На третьому, аналітичному етапі, докладно вивчаються функції продукту, його вартість і можливість її зменшення шляхом відсікання другорядних і марних функцій. Це можуть бути не тільки технічні, але й естетичні та інші функції. Для цього доцільно використовувати принцип Ейзенхауера – принцип АВС, за яким всі функції розподіляються на:

- А – функції головні, основні, корисні;
- В – функції другорядні допоміжні, корисні;
- С – функції другорядні, допоміжні, марні.

На четвертому, дослідницькому етапі, оцінюються запропоновані варіанти впровадження продукту.

На п'ятому, рекомендаційному, відбираються найбільш прийнятні для даної організації варіанти розроблення й удосконалення продукту.

Отже, визначивши теоретичну основу функціонально-вартісного аналізу, спробуємо практично застосувати його для надання рекомендацій щодо вдосконалення управління витратами для забезпечення якості продукції на ЗАТ «Ужгородська швейна фабрика».

Перш за все, необхідно сформулювати основні функції одягу на основі його властивостей:

- 1) захищати тіло від дії зовнішнього середовища (захищати від холоду, вітру, від незначних ушкоджень та ін.);
- 2) забезпечувати зручність у процесі експлуатації;
- 3) відповідати розмірам та пропорціям фігури;
- 4) забезпечувати стійкість до дії зовнішнього середовища (зберігати форму та розмір, зовнішній вигляд у процесі прання, хімічної обробки, тертя з іншими матеріалами);

- 5) бути ремонтоздатним;
- 6) відповідати моді;
- 7) бути елегантним.

Перелічені функції були запропоновані шістьом експертам для виявлення важливості кожної з них з точки зору споживачів.

Слід зазначити, що існують декілька типів відношення людини до одягу:

- естетичний (потреба самовдосконалення, надання переваги романтичному і класичному стилям, неясковим кольорам);
- раціональний (усе раціонально, практично і не випадково. Класичний стиль, практичний фасон, перевага міцним, що не мнуться тканинам, немарким);
- ексклюзивний (потреба у творчому самовираженні, самоствердженні. Цінують елементи ручної роботи);
- престижний (прагнення показати своє соціальне і матеріальне положення, одягаючись у дорогі престижні вироби);
- невпевнений (потреба у безпеці і самозбереженні, спочинку від негативних переживань і стресів);
- стандартний (потреба у приналежності до більшості);
- байдужий (потреба у відпочинку і відновленні сил);
- акуратний (потреба в самоствердженні, престижі);
- комфортний (регуляція оптимальних станів тіла, відпочинок і відновлення);
- гармонічний [6, с.59].

Маючи різне відношення до одягу, експерти дали оцінку функцій у відповідності до нього.

Для ранжування функцій по значимості використовувався метод експертних оцінок, який передбачав очне опитування експертів за допомогою заздалегідь підготовлених анкет. Кожен експерт, маючи перелік функцій оцінював їх значення, прийнявши за максимальне значення 5 балів. Найменш значимій функції присвоювався 1 бал.

На основі отриманих оцінок експертів зробимо ранжування функцій жіночої спідниці за важливістю для споживачів (таблиця 1).

Таблиця 1 Ранжування функцій за важливістю для споживачів

№	ФУНКЦІЇ	ОЦІНКА (бал)	РАНГ ФУНКЦІЇ
1	Захищати тіло від зовнішнього середовища	19	4
2	Забезпечувати зручність у процесі експлуатації	25	2
3	Відповідати розмірам та пропорціям фігури	27	1
4	Забезпечувати стійкість до дії зовнішнього середовища	25	2
5	Бути ремонтоздатною	18	5
6	Відповідати моді	23	3
7	Бути елегантною	27	1

Зробивши аналіз отриманих результатів на основі даних таблиці 1, можна зробити наступні висновки:

- найбільшого значення набули функції 3, 7, 2, 4 – «відповідати розмірам та пропорціям фігури», «бути елегантною», «забезпечувати зручність у процесі експлуатації», «забезпечувати стійкість до дії зовнішнього середовища»;

- найменше значення для експертів мають функції 6, 1, 5 – «відповідати моді», «захищати тіло від зовнішнього середовища», «бути ремонтоздатною».

Для ранжування функцій за витратами на їх здійснення використана калькуляція виробничої собівартості спідниці (таблиця 2).

Таблиця 2 Калькуляція собівартості (планова) спідниці жіночої на ЗАТ «Ужгородська швейна фабрика»

Статті калькуляції	Сума, грн
1. Матеріали	23,11
2. Зарплата основна	10,21
3. Зарплата додаткова	5,11
4. Нарахування на зарплату, 38%	5,82
5. Витрати на утримання обладнання	10,57
Виробнича собівартість	54,82

У відповідності з таблицею 2 побудована таблиця 3, в якій витрати на спідницю жіночу розподілені між деталями виробу.

У відповідності з таблицею 2 побудована таблиця 3, в якій витрати на спідницю жіночу розподілені між деталями виробу.

Розподіл витрат між деталями виробу здійснювався на основі норм витрат матеріалів на

одиницю продукції і цін на матеріали. Всі інші витрати розподілені пропорційно витратам на матеріали. Як видно з таблиці 8, найбільшу собівартість мають такі деталі як «верх» (17,69 грн.), «блискавка» (1,30 грн.) та маркування і пакування (2,40 грн.). Найменшу собівартість мають «нитки» (1,02 грн.) та «клеєва» (0,70 грн.).

Таблиця 3 Розподіл витрат між деталями спідниці жіночої на ЗАТ «Ужгородська швейна фабрика»

Деталі	Витрати на матеріали	Витрати на оплату праці	Нарахування на зарплату	Витрати на утримання обладнання	Всього
1. Верх	17,69	11,73	4,46	8,091	41,971
2. Клеєва	0,70	0,46	0,18	0,321	1,661
3. Нитки х/б	1,02	0,68	0,26	0,47	2,43
4. Блискавка	1,30	0,86	0,32	0,59	3,07
5. Маркування, пакування	2,40	1,59	0,6	1,098	5,688
Всього	23,11	15,32	5,82	10,57	54,82

Деталі та функції пов'язані між собою певною функціональною структурою, яка показана у таблиці 4. В ній визначено, які деталі виконують кожну з функцій і скільки коштів використовується на здійснення кожної функції.

За допомогою структурно-функціональної моделі здійснено калькулювання функцій спідниці жіночої аналізу (таблиця 5).

ВИСНОВКИ

Порівняння значимості функцій для споживачів з витратами на їх здійснення дозволило зробити наступні висновки:

1) на виконання функції «бути ремонтоздатною» витрачається невиправдано багато коштів;

2) витрати на функції 6 і 1 занадто великі, споживачі не надають їм відповідної важливості;

3) на функції 2 і 7 витрачаються значно менші кошти ніж вони потребують. Проведення аналогічного аналізу по кожному виробу в масштабах підприємства дасть змогу заощаджувати значну суму коштів і в той же час, враховуючи потреби споживачів, підвищувати якість продукції.

Адже, у сучасних умовах конкурентної боротьби необхідно забезпечити не тільки конкурентоспроможність якості продукту, що поставляється споживачу, але й конкурентоспроможність його собівартості, що дозволить організації, яка його виробляє, одержати максимальний прибуток від його реалізації.

Таблиця 4 Зв'язок між функціями та деталями жіночої спідниці (структурно-функціональна модель)

Функції	Деталі				
	Верх	Клеєва	Нитки	Блискавка	Маркування і пакування
1	2	3	4	5	6
1.Захищати тіло від зовнішн. середовища	X				
2. Забезпечу вати зручність у процесі експлуатації	X	X		X	
3.Відповідати розмірам та пропорціям фігури	X				
4. Забезпечу вати стійкість до дії зовнішнього середовища	X	X	X	X	X
5. Бути ремонтоздатною	X	X	X	X	
6. Відповідати моді	X		X	X	
7. Бути елегантною	X		X	X	

Таблиця 5 Калькулювання собівартості функцій спідниці жіночої на ЗАТ «Ужгородська швейна фабрика»

Функції	Деталі					
	Верх	Клеєва	Нитки	Блискавка	Маркування і пакування	Разом
1. Захищати від зовн. середовища	5,996					5,996
2. Забезпечу вати зручність у процесі експлуатації	5,996	0,554		0,614		7,164
3.Відповідати розмірам та пропорціям фігури	5,996					5,996
4. Забезпечу вати стійкість до дії зовнішнього середовища	5,996	0,554	0,608	0,614	5,688	13,46
5. Бути ремонтоздатною	5,996	0,554	0,608	0,614		7,772
6. Відповідати моді	5,996		0,608	0,614		7,218
7. Бути елегантною	5,996		0,608	0,614		7,218
Всього	41,971	1,661	2,43	3,07	5,688	54,82

Подальше дослідження та удосконалення даної теми, а зрештою таких питань як: планування, облік і економічний аналіз витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик

і параметрів продукції, є надзвичайно актуальним, оскільки, воно дасть змогу перейти на якісно новий рівень господарювання та забезпечить економічний ріст та процвітання.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ISO 9004: 2000. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.budinfo.com.ua
2. Ганаба М.Д. Якість як основний критерій виробництва конкурентоспроможної продукції // Економіка АПК. - 2006. - №9. - С.108-115.
3. Гаррисон Р., Норин Э., Брюер П. Управленческий учет / Пер. с англ. О.В. Чумаченко. 11-е изд. – К.: Companion Group, 2007. – 1024 с.
4. Дегтяренко О.Г. Функціонально-вартісний аналіз у системі управління витратами на забезпечення якості продукції // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2007. – №1. – Т.2. – С. 79-87.
5. Джуран Д. Все о качестве: Зарубежный опыт. Выпуск 2. Высший уровень руководства и качество. М., 2001. – 250с.
6. Ждан В.І. Використання функціонально-вартісного аналізу для виявлення резервів зменшення собівартості одягу // Проблемы легкой и текстильной промышленности Украины. – 2004. №1(8). – С. 59-62.
7. Економічна правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.epravda.com.ua/news/2010/11/25/258479/>
8. Міністерство економіки України. Державна підтримка українського експорту. Легка промисловість України [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/9.html>