

مقاله شماره ۴۷

نقش آفرینی مهندسی ارزش در جهت کاهش هزینه‌ها

وحید شفیعی پور^{۱*}، محمد اسلانی^۲، زهره روستایی^۳^۱گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد توپسرکان^۲گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد توپسرکان

* shafieipour58@yahoo.com

چکیده:

مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که در حال حاضر در اکثر کشورهای جهان مهندسی ارزش به عنوان روشی کارآمد در کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی پذیرفته شده و به کمک آن صرفه‌جویی‌های قابل توجهی در هزینه‌های سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری حاصل شده است. مهندسی ارزش ابزار موثر تصمیم‌سازی برای مدیران می‌باشد. مطالعات ارزش فرصت‌های مناسبی برای کاهش هزینه‌ی طول عمر، بهبود کیفیت، بهبود ساخت پذیری، کاهش زمان ساخت، افزایش طول عمر و گاه ترکیب موارد بالا در اختیار قرار می‌دهد. مهندسی ارزش از جدیدترین راهکارها برای کاهش هزینه‌ها و بهبود کیفیت در انجام امور فنی و مهندسی است. به دیگر سخن، هدف مهندسی ارزش از میان برداشتن یا اصلاح عاملی است که باعث تحمیل هزینه‌های غیرضروری به اجرای پروژه و یا طرح صنعتی و فنی می‌شود بدون آنکه آسیبی به کارکردهای اصلی و اساسی سیستم وارد کند. مهندسی ارزش، روشی ساختارمند برای حل مشکلات و محدودیت‌های مدیریتی است. در این روش یا سازمان‌دهی کارگروهی تخصصی و نگرش نو و خلاقانه به رویکردهای اجرایی مطرح در پروژه، به شناسایی و هدف هزینه‌های غیرضروری پرداخته می‌شود. مهندسی ارزش و به تعبیری همان محاسبه ارزش است و روشی سیستماتیک با تکنیک‌های مشخصی است که کارکرد محصول یا خدمت را شناسایی می‌کند.

کلمات کلیدی:

ارزش، مهندسی ارزش، مدیریت ارزش، خلاقیت، عملکرد، هزینه‌های دوره عمر.

۱ مقدمه

تاکنون مطالعات زیادی در مورد فرآیند توسعه محصول و کاربرد هزینه یابی بر مبنای هدف انجام شده زیرا از روش‌هایی هستند که تأثیر چشمگیری در سودآوری سازمان دارند. در این رابطه عملکرد و هزینه محصول به عنوان دو عاملی که باعث توسعه محصول می‌شوند، شناخته شده‌اند. بنابراین برای بهینه کردن این عوامل بایستی رویکرد درستی در مدیریت هزینه پیش گرفته شود. بررسی‌های انجام شده اهمیت توسعه محصول را نه فقط در کیفیت آن، بلکه در هزینه‌ها و عملکرد آن در انطباق با نیازهای مشتری نیز می‌داند. این سه مشخصه (کیفیت، هزینه و عملکرد) سه "رکن بقا" نامیده شده‌اند. این سه رکن باید با نیاز بازار و استراتژی‌های سازمان هماهنگ شوند تا عاملی برای موفقیت سازمان باشند. همچنین اصطلاح درست "مدیریت هزینه" می‌باشد و نه "کاهش هزینه". زیرا که کاهش هزینه باعث کاهش عملکرد و کیفیت محصول می‌شود، در حالی که عمل درست باید به درستی این کاهش هزینه را با عملکرد یکسان و کیفیت بهتر همراه سازد تا رضایت مشتری حاصل گردد.

هزینه‌یابی دوره عمر، اولین بار به وسیله وزارت دفاع آمریکا در سال ۱۹۶۰ مورد استفاده قرار گرفت. هدف هزینه‌یابی دوره عمر در آن زمان، کمک به وزارت دفاع در تهیه و تدارک تجهیزات نظامی بود. به کارگیری این روش در آن زمان توسط وزارت دفاع نشان داد که نزدیک

در دنیای رقابتی امروز شرکت‌ها به دنبال تولید محصولاتی هستند که با عملکرد بهتر هزینه کمتری به شرکت تحمیل نمایند و در نتیجه باعث ایجاد سودآوری بیشتری برای سازمان شوند. در گذشته کارخانجات استراتژی‌های مختلفی را در رابطه با تولید محصولات دنبال می‌کردند. به عنوان نمونه در صنعت اتومبیل‌سازی تغییرات بازار و فناوری باعث گشت تا کارخانه اتومبیل‌سازی فورد قوانین تولید را با هماهنگ کردن استراتژی‌های کلاسیک با مدیریت هزینه اصلاح کند. این اصلاحات بر پایه کاهش هزینه‌های تولید در یک محصول استاندارد بود که باعث فروش آن با قیمت پایین‌تری می‌شد. با این سیاست فورد به سرعت بر صنعت خودرو چیره گردید. با این حال در اواخر دهه ۱۹۲۰ عواملی نظیر رشد اقتصادی، آشنایی بیشتر با اتومبیل‌ها و تغییرات فناوری باعث شدند که کارخانه ژنرال موتور دوباره قوانین تولید را با عرضه دامنه وسیعی از محصولات با قیمت مناسب یک بار دیگر تغییر دهد. در دهه‌ی اخیر با افزایش رقابت در کمپانی‌های تولیدی، این کمپانی‌ها به فکر افتادند ارزش بیشتری در محصولاتشان ایجاد نمایند.