

## مهندسی ارزش و برخورداری از خلاقیت

در فضای کسب و کار کنونی و بروز تهدیدها و فرصتهای بسیار که همواره صنایع کشور با آنها مواجهند، ایفای نقش هر چه بیشتر بخشهای مهندسی به عنوان مغز متفکر سازمانها از اهمیت بسزایی برخوردار می باشد. از اینرو توجه به مباحثی همچون مهندسی ارزش از منظری نوین می تواند از جهات گوناگون حائز اهمیت بوده و مورد توجه قرار گیرد.

مطالعه بر روی موضوع مهندسی ارزش در طول جنگ جهانی دوم در اثر کمبود مواد اولیه و سپس در اواخر دهه ۵۰ میلادی توسط " لارنس دی مایلز" مخترع آنالیز ارزش در شرکت آمریکایی GE آغاز شد. او معتقد بود مهندسی ارزش دیدگاهی خلاق، کارکردگرا و سازمان یافته، با هدف شناسایی کارآمد هزینه های غیرضروری است، یعنی هزینه هایی که نه به کیفیت، نه به بهره برداری، نه به عمر مفید، نه به زیبایی ظاهری و نه به مشخصات درخواستی کارفرما مربوط می شود. در این نوع از بررسیها کارکردهای اصلی و فرعی یک کالا / خدمت شناسایی و ارزش هر کارکرد نزد مشتری مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد تا بتوان از آن بعنوان یک ابزار مدیریتی در تعیین بهترین روش ایجاد این کارکرد در تصمیم سازی بهره جست .

به عبارت دیگر بهره گیری از این متدولوژی در پروژه های اجرایی با توجه به گستردگی، تنوع و پیچیدگی فعالیتها به ویژه در طرحهای بزرگ صنعتی و عملیاتی می تواند به ابزار بی بدیل مدیریت در کنترل و پایش هزینه ها تبدیل شود. هدف این روش، از میان برداشتن یا اصلاح هر چیزی است که موجب تحمیل هزینه های غیر ضروری می شود بدون اینکه آسیبی به کارکردهای اصلی و اساسی طرح وارد آید.

در یک کلام باید گفت: مهندسی ارزش یک روش منسجم برای نیل به بیشترین ارزش ما به ازای هر واحد پولی است که هزینه می شود و در طی این فرایند همواره باید کیفیت، ایمنی، قابلیت اطمینان، قابلیت نگهداری حفظ و یا ارتقاء یابد.

در شرایط کنونی و فضای رقابتی حاکم بر عرضه کنندگان کالا و خدمات، هر یک از اینان که به نیاز مشتریان، با کیفیت و هزینه مناسب پاسخی به هنگام دهد، قادر خواهد بود از موفقیت قابل ملاحظه ای نسبت به سایر رقبای برخوردار گردد. بر این اساس مهندسی ارزش بعنوان یک ابزار مدیریتی می تواند از طریق شناخت نیازها و خواسته های مشتریان، امکان این موفقیت را فراهم سازد. اشاره به این نکته خالی از لطف نیست که در بازاریابی نوین به جای داشتن سبد محصولات باید به داشتن سبد مشتریان توجه داشت.

بکارگیری از این ابزار می تواند با بهبود فرایندهای کاری، کاهش هزینه و زمان تولید، به حداقل رساندن پیچیدگی های تولید و در نهایت ارتقاء یا ثبات کیفیت از طریق برخورداری هر چه بیشتر از اندیشه ها و خلاقیتها در سطوح مختلف سازمان را میسر نموده و این امکان را فراهم می سازد تا به بخش بزرگتری از نیازهای مشتری پاسخ داده شود. بدیهی است این امر به نوبه خود بهبود رضایت آنها و به تبع آن افزایش توان رقابتی، کسب بیشتر از سهم بازار و حصول اطمینان جهت سودآوری را نیز به همراه خواهد داشت. مهندسی ارزش با نقد و بررسی رویه های مرسوم طراحی و اجرا، همچنین به چالش طلبیدن حاشیه های ایمنی و احتمالات و ارزیابی آنها به منظور حصول اطمینان از قرار داشتن در حدود مورد نیاز به موضوعات اساسی ذیل توجه بیشتری دارد.

- ۱- موضوعاتی که دارای هزینه بالایی بوده و امکان صرفه جویی قابل ملاحظه در آنها وجود داشته باشد.
  - ۲- موضوعاتی که دارای ارزش پایین و عملکرد ضعیف بوده و بررسی روش های جایگزین از توجیه پذیری بالایی برخوردار باشد.
- مواردی مانند اصلاح الگوی لجستیک، بازنگری فرایندهای ساخت و تولید، روشهای تامین مواد و قطعات، انتخاب و تعیین سطوح فناوری مورد استفاده و حتی در بخشهای پشتیبانی فنی به ویژه PM، فروش و خدمات پس از فروش همه و همه از مصادیق بارزی است که می توان با استفاده مهندسی ارزش در بهبود و بهینه سازی ساز و کارهای موجود مبادرت ورزید.
- البته باید به این نکته نیز توجه داشت که ارکان اساسی بهره مندی از این ابزار عبارتند از:

استفاده از تیم های کاری منسجم

روش سیستماتیک ارزیابی ارزش و کارکرد محصول متناسب با توجهی که مردم به آن نشان می دهند.

تمرکز بر روی ساده سازی محصول

و نکته آخر آنکه به کارگیری این ابزار دستاوردهای چشمگیری در سراسر دنیا به همراه داشته به گونه ای که ما به ازای هر یک دلار هزینه در زمینه مطالعه مهندسی ارزش، بطور میانگین رقمی بالغ بر ۲۲.۵ دلار صرفه جویی در پی داشته است.

پس بیایم فرصت را مغتنم شمرده و این نوشتار را به کلام مبارک مولانا مزین و ختم کنیم.

کهنه بیرون کن گرت میل نویست

هین مگو فردا که فرداها گذشت

غلامرضا شادزینواز

واحد پروژه های مطالعاتی و تحقیقاتی