

การวิเคราะห์คุณค่า VALUE ANALYSIS

เทคนิคการลดต้นทุนในธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์



658.1554
ป116ก

อัมพิกา ไกรฤทธิ

สารบัญ

- อ่านเพื่อรู้จักและเข้าใจอย่างกว้าง ๆ
- อ่านเพื่อเข้าใจโดยละเอียด

1. บทนำ

- ประวัติของการวิเคราะห์คุณค่า
- คำจำกัดความ
- คุณค่า
- หน้าที่การทำงานหรือประโยชน์ใช้สอย
- ความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่กับความคิดสร้างสรรค์
- ขอบเขตที่จะนำ VA ไปใช้
- อุปสรรคของการทำ VA
- เมื่อต้องการทำ VA จะเริ่มต้นอย่างไร

2. แผนงานการวิเคราะห์คุณค่า

- ชนิดของข้อมูล
- การบริหารแบบกริด (Managerial grid)
- กลยุทธ์ในการเสนอผลงาน

3. เทคนิคการวิเคราะห์คุณค่า

- แผนงานการวิเคราะห์คุณค่า
- การหาหน้าที่ของผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- คำกริยา-คำนาม
- ต้นทุนและต้นทุนทางเลือกของหน้าที่
- คุณค่าของหน้าที่

	ผู้บริหาร	นักการตลาด	ผู้จัดซื้อ	ผู้จัดหา	วิศวกร	นักพัฒนา
9						
9	●	●	●	●	●	●
10	●	●	●	●	●	●
10	○	○	○	○	○	●
14	○	○	○	○	●	●
18	○	○	○	○	●	●
19	●	○	○	○	○	●
22	●	●	●	●	●	○
23	●	○	○	○	○	○
27						
30	○	●	●	●	●	●
38	○	○	○	○	○	○
39	○	○	○	○	●	●
43						
43	○	○	○	○	●	●
44	○	○	○	○	●	●
45	○	○	○	○	○	○
49	○	○	○	○	○	○
54	○	○	○	○	○	●

แผนภูมิ FAST	55	○	○	○	○	○	●
เทคนิคการใช้ความคิดสร้างสรรค์	72	○	○	○	○	○	○
อุปสรรคของความคิดสร้างสรรค์	81	○	●	●	●	●	●
แพ็คเกจที่จะเพิ่มความคิดสร้างสรรค์	83	○	●	●	●	●	●
การประเมินผลโดยใช้น้ำหนัก	84	○	○	○	○	●	●
การประเมินผลโดยใช้เมตริกซ์	87	○	○	○	○	●	●
รูปแบบต้นทุน	90	○	○	○	○	●	●
ต้นทุนวงจรชีวิต	94	○	○	●	○	●	●
4. โปรแกรมเป้าหมายต้นทุน	103						
คุณค่าของโปรแกรมเป้าหมายต้นทุน	104	○	○	○	○	○	○
ทีมงานโปรแกรมเป้าหมายต้นทุน	104	○	○	○	○	○	○
หน้าที่ของทีมงานเป้าหมายต้นทุน	106	○	○	○	○	○	○
การทำให้เป้าหมายละเอียดขึ้น	106	○	○	○	○	○	○
ต้นทุนของโปรแกรม	108	○	○	○	○	○	○
ภาพรวมโปรแกรมเป้าหมายต้นทุน	110	○	○	●	○	●	●
5. โปรแกรมการลดต้นทุน	112						
เกณฑ์ในการลดต้นทุน	112	●	○	○	○	○	○
การลดต้นทุนในทางปฏิบัติ	115	○	○	●	○	●	●
เทคนิคเฉพาะเรื่อง	117	○	○	●	○	●	●
โปรแกรมคำแนะนำจากพนักงาน	119	●	○	○	○	○	○
ต้นทุนและคุณค่าในเชิงเทคนิค	120	○	○	○	○	●	○
6. ประยุกต์การวิเคราะห์คุณค่าในการจัดซื้อ	127						
การซื้อที่มีคุณค่า	131	○	○	●	●	○	○
การประยุกต์ VA ในแผนกจัดซื้อ	132	○	○	●	●	○	○
การประยุกต์ VA ในแผนกจัดซื้อของบริษัท RCA	136	○	○	●	●	○	○
ปรัชญาในการจัดซื้อและเทคนิค VA (กรณีบริษัทไฮสโคป)	140	○	○	●	●	○	○
บรรยากาศใหม่ในการจัดซื้อของกระทรวงกลาโหมสหรัฐอเมริกา	142	○	○	●	●	○	○
VA'86 : ผู้ซื้อกล่าวว่า VA มีความสำคัญมากกว่าที่เคยผ่านมา	146	○	○	●	●	○	○
ความคาดหวังใน VA มีมากขึ้น	147	○	○	●	●	○	○

		ผู้บริหาร	ผู้จัดการตลาด	ผู้จัดซื้อ	ผู้ผลิต	วิศวกร	นักบัญชี
ลงมติไว้วางใจ VA	151	○	○	●	●	○	○
ผู้จัดหาสามารถช่วยให้เกิด VA	155	○	○	●	●	○	○
VA รวมกับโปรแกรมอื่น (JIT, SPC)	161	○	○	○	○	●	●
7. ประยุกต์การวิเคราะห์คุณค่าในระบบการเงิน	165						
สาเหตุการเลือกโครงการปรับปรุงข้อมูลสินค้า	165	○	○	○	○	○	○
ขึ้นรวบรวมข้อมูล	166	○	○	○	○	○	○
ขึ้นวิเคราะห์หน้าที่	169	○	○	○	○	○	○
รายละเอียดสินค้า	177	○	○	○	○	○	○
ข้อมูลหลักประกัน	180	○	○	○	○	○	○
ขึ้นความคิดสร้างสรรค์	185	○	○	○	○	○	○
ขึ้นประเมินผล	190	○	○	○	○	○	○
ขึ้นพัฒนา	194	○	○	○	○	○	○
8. ประยุกต์การวิเคราะห์คุณค่าในระบบการตลาด	199						
ผู้จัดหาที่ตลาดใช้ VA เพื่อจับคู่ซื้อที่ตลาด	200	○	●	●	●	○	○
ทำ VA ให้เป็นธุรกิจในตลาดของผู้จัดหา	206	○	●	●	●	○	○
ผู้จัดหาเป็นมากกว่าพาร์ตเนอร์ที่เรียบง่าย	207	○	●	●	●	○	○
VA กับการวางแผนผลิตภัณฑ์	213	○	●	●	○	○	○
VA จะช่วยหน่วยงานวางแผนผลิตภัณฑ์ได้ที่จุดใดบ้าง	215	○	●	●	○	○	○
โครงสร้างที่มีประสิทธิภาพของการวางแผนผลิตภัณฑ์	217	○	●	●	○	○	○
การประยุกต์ VA กับระบบการขายบริการ	219	○	●	●	○	○	○
การหาหน้าที่	225	○	●	●	○	○	○
ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เครื่องดูดฝุ่น	227	○	●	●	●	●	○
9. ประยุกต์การวิเคราะห์คุณค่าในระบบการบริหาร	233						
VA ในเชิงปฏิบัติที่บริษัทเจนรัลอิเล็กทริก (GE)	233	●	○	○	○	○	○
VA ในเชิงปฏิบัติที่บริษัทจอยแมนูแฟกเจอร์	239	○	●	●	●	●	○
VA ที่แผนกรถยนต์เซฟโรเลต บริษัทเจนรัลมอเตอร์ (GM)	243	○	○	●	●	●	○
VA ในเชิงปฏิบัติที่บริษัท เมคทรอนิกอินคอร์ปอเรชัน	254	●	○	○	○	○	●

10. องค์การและหน้าที่ของนักวิเคราะห์คุณค่า

- องค์กรของ VA ในประเทศสหรัฐอเมริกา
- องค์กรของ VA ในประเทศญี่ปุ่น
- รูปแบบของกิจกรรม VA
- คุณสมบัติและหน้าที่ของนักวิเคราะห์คุณค่า

11. กระบวนการ Reengineering ในธุรกิจ

- เหตุผลที่ต้องมีการ Reengineering
- Reengineering ในทางปฏิบัติ
- การวิเคราะห์กระบวนการ
- เงื่อนไขกระบวนการ Reengineering

ภาคผนวก

ผู้บริหาร	นักการตลาด	จัดซื้อ	จัดหา	วิศวกร	นักศึกษา	
260						
260	●	○	○	○	●	○
261	●	○	○	○	●	○
263	●	○	○	○	●	○
264	●	○	●	●	●	●
268						
268	●	●	●	●	●	○
270	●	●	●	●	●	○
273	●	●	●	●	●	●
275	●	●	●	●	●	○
275						