

企業價值工程能力與目標成本型態採用關係之研究

陳奕鈞、陳木榮

E-mail: 9315873@mail.dyu.edu.tw

摘要

在國際產業競爭愈趨激烈的環境之下，開發具競爭力的新產品成為決定企業競爭成敗的關鍵因素，日本企業藉著成本企劃（Target Costing）管理新產品開發的目標成本（Target Cost），因此總是能開發出滿足消費者各方面需求的並具有競爭力的新產品，由此可知達成目標成本對於企業開發新產品的重要性，然而價值工程活動乃是企業達新產品目標成本的主要手段。本研究藉著企業對新產品的目標成本方式的不同，根據產品/製程設計改變程度來衡量企業的價值工程（Value Engineering）能力，來探討企業的價值工程能力與新產品目標成本型態的採用關係。為驗證理論，故針對台灣汽車零件產業以及家電產業選取兩家代表性公司，作為個案研究。研究結果發現企業對不同新穎程度的新產品的成本企畫管理方式各有不同的設定目標成本的方式，運用價值工程來達成目標成本的成效也有所不同，然而除了產品與製程設計人員的能力，新產品原料價格的上昇是造成企業實行價值工程卻無法達成目標成本的關鍵因素，中心廠設計人員與協力廠的協調也是達成目標成本的關鍵成功因素。

關鍵詞：成本企畫，目標成本，價值工程

目錄

封面 簽名頁 授權頁.....	iii	中文摘要.....	v	英文摘要.....	v
目錄.....	x	圖目錄.....	x	圖目錄.....	x
第一章 緒論.....	1	1.1 研究動機與背景.....	1	1.2 研究目的與問題.....	3
第二章 文獻探討.....	4	2.1 VE 相關理論.....	4	2.1.1 VE 的起源與定義.....	4
2.1.2 企業的VE 能力與目的.....	5	2.2 成本企劃相關理論.....	12	2.2.1 成本企劃的起源.....	11
2.2.2 成本企劃的定義.....	15	2.2.3 成本企劃的實施過程與價值工程能力.....	18	2.2.4 成本企劃與企業組織.....	32
第三章 研究方法與設計.....	35	3.1 研究架構.....	35	3.2 個案研究法.....	35
3.3 訪談內容與研究對象.....	36	3.3.1 訪談內容.....	36	3.3.2 研究對象.....	37
第四章 個案描述.....	41	4.1 健光實業股份有限公司個案.....	41	4.1.1 公司簡介.....	41
4.1.2 健光實業VE 能力與目標成本型態採用之關係.....	43	4.1.3 協力廠商的VE 能力與目標成本型態採用之關係.....	59	4.2 大同股份有限公司個案.....	61
4.2.1 公司簡介.....	61	4.2.2 大同公司VE 能力與目標成本型態採用之關係.....	61	4.2.3 協力廠VE 能力與目標成本型態的採用關係之研究.....	70
第五章 結論與建議.....	71	5.1 個案對照分析.....	71	5.2 命題發展.....	73
5.3 研究結論.....	78	5.4 理論與實務涵義.....	82	5.5 後續研究與建議.....	84
參考文獻.....	85	參考文獻.....	85	參考文獻.....	85

參考文獻

- 一、中文部份 1、加登 豐著（1993），原價企劃，日本經濟新聞社（陳文光譯，1999，『成本規劃 - 戰略性成本管理』臺華工商圖書出版公司）。2、田中雅康(1995)，原價企劃理論實踐，中央經濟社。3、佐藤嘉彥(1996)，降低成本的新利器-Tear Down 技法，財團法人中衛發展中心。4、秋山兼夫（2000），價值經營VA/VE 之徹底活用，財團法人中衛發展中心。5、張立偉（2000），"成本企劃在國內汽車業之應用 - 以國瑞及裕隆為比較個案"，私立中原大學會計研究所碩士論文。6、廖國明(1996)，採購/研發提升、攻擊型策略成本管理，華魁專業顧問公司上課講義。7、廖益興（1995），"目標成本制度運作之研究 - 以Y 汽車公司為例"，國立中興大學會計研究所碩士論文。8、蕭宏利（1997），"成本企劃觀點下優勢商品開發類型之探討 - 台灣機械業的實證研究"，私立東海大學工業工程研究所碩士論文。9、鍾明鴻(1994)，新邊現場VE 活動實務，超越企管工商叢書。二、英文部份 1、Anasri, S.L., J.E. Bell and the CAM-I Target Cost Core Group(1997)，"Target Costing: The Next Frontier in Strategic Cost Management"，IRWIN Professional Publishing. 2、Cooper, R and Slagmulder, R.(1999)，Develop Profitable New Products with Target Costing, Sloan Management Review, summer. 3、Kato, Y. (1993) "Target Costing Support System: Lessons from Leading Japanese Companies"，Management Accounting Research, Vol.4.33-47 4、Makido, T. "Recent Trends in Japan, s Cost Management Practices." Japanese Management Accounting edited by

Monden and Sakurai. Chapter 1, pp.3-13 5、 Moden, Y. (1989), " Total Cost Management System in Japanese Automobile Corporations " , in Moden, Y. and Sakuari, M(eds.), Japanese Management Accounting, pp.15-34. 6、 Moden, Y, and Hamada, K.(1991) , " Target Costing and Kaizen Costing in Japanese Automobile Companies " , Journal of Management Accounting Research, Fall, pp.16-34. 7、 Mohamed, E.B, and Alan, R. (1998), " Three Routes for Target Costing " , Managerial Finance, pp.28-45. 8、 Takeuchi, H., and I.Nonaka.(1986), " The New Product Development Game " , Harvard Business Review, January-February. 9、 Tanaka, M. (1989), " Cost Planning and Control System in the Design Phase of New Product " , Chapter 4, Japanese Management Accounting, edited by Monden and Sakurai, pp.49-71. 10、 Yin, R.K.(1984), Case Study Research, CA:Stage Publications, 1984.