

Концепции Кайдзен

Выполнила: Дамирова Саяд
«Ф22»

- «Кайдзэн — японская философия, которая фокусируется на непрерывном улучшении всех аспектов жизни». Нагляднее всего она воплощается в совершенствовании производства: в течение нескольких послевоенных десятилетий Япония прошла огромный путь от отсталой и полуголодной страны до процветающего государства, крупнейшего экспортера высокотехнологичной продукции.

- Теперь «**Made in Japan**» – синоним высокого качества. По-видимому, этим успехом японцы обязаны своим постоянным стремлением к идеалу, который является их национальной чертой. Но это не значит, что совершенство доступно лишь жителям страны восходящего солнца. Они готовы поделиться своим опытом.

- Главным учебником по научному подходу к оптимизации производства стала книга Тайити Оно «Производственная система Тойоты», в которой он резюмирует свой 30-летний опыт работы. Этот труд послужил каркасом логистической концепции менеджмента, ориентированной на оптимизацию бизнес-процессов в зависимости от ситуации на рынке, и мотивацию каждого работника.

Lean production

- а в переводе – бережливое производство, это одна из форм нелинейного менеджмента, набирающая популярность во всем мире. Она принципиально отличается от американской модели, опирающейся на массовость продукции. Lean акцентирует внимание на совершенствовании изготовления каждой конкретной единицы товара, что позволяет добиться максимального разнообразия ассортимента при общем сокращении затрат.

Производство без потерь

Lean production ставит конкретные цели:

- минимизация трудозатрат
- минимизация сроков создания новой продукции
- гарантия поставки продукции заказчику
- максимальное качество при минимальной стоимости

- Исходя из того, что предмет приобретает потребительскую ценность во время обработки или изготовления, его себестоимость можно сократить. Удовлетворяя цели можно устранить потери производственного процесса. Вся активность на предприятии делится на две части: операции и процессы, добавляющие ценность продукции, и не добавляющие ценности. Все, что не повышает потребительской ценности товара, считается потерями, которые необходимо устранить.

Тайити Оно выделил семь типов потерь:

- потери из-за перепроизводства
- потери времени из-за ожидания
- потери при ненужной транспортировке
- потери из-за лишних этапов обработки
- потери из-за лишних запасов
- потери из-за ненужных перемещений
- потери из-за выпуска дефектной продукции

- К устранению потерь господин Тайити тоже применял углубленный подход, считая, что необходимо ликвидировать не только саму проблему, но и первопричину ее появления.