

**TOYOTISM ȘI LEAN MANAGEMENT.
STUDIU DE CAZ: SERVICIILE PRESTATE DE
LOCKHEED MARTIN ÎN INDUSTRIA DE
APĂRARE**

**Sorin George Toma, ASE București
Shinji Naruo, JICA**

TOYOTA MOTOR CORPORATION

ÎN ANUL FISCAL 2006, TOYOTA:

–A PRODUS APROAPE 8 MILIOANE DE AUTOVEHICULE, SUB DIFERITE MĂRCI (TOYOTA, LEXUS, DAIHATSU ȘI HINO)

–A AVUT PESTE 280.000 ANGAJAȚI ÎN ÎNTREAGA LUME

–A OBĂINUT UN PROFIT NET DE 11,681 MILIARDE USD

TOYOTISM

- TERMENUL CARE S-A IMPUS PE PLAN INTERNAȚIONAL PENTRU A DESEMNA SISTEMUL DE PRODUCȚIE INVENTAT DE CONSTRUCTORUL NIPON DE AUTOMOBILE TOYOTA

TOYOTA PRODUCTION SYSTEM (TPS)

- SOPUL PRINCIPAL: CREȘTEREA PROFITULUI COMPANIEI PRIN REDUCEREA COSTURILOR CA URMARE A ELIMINĂRII CÎT MAI COMPLETE A RISIPEI (MUDA=WASTE)

TPS

ÎN ESENȚĂ, TPS A FOST RĂSPUNSUL
DAT DE JAPONIA FORDISMULUI

LEAN MANAGEMENT (LM)

LM IMPLICĂ:

- DESCENTRALIZAREA DECIZIILOR
- REDUCEREA NIVELURILOR IERARHICE
- CONDUCERE DE TIP CONSENSUAL
- LUCRU ÎN ECHIPĂ
- CONTROLUL CALITĂȚII TOTALE
- CERCURILE CALITĂȚII

LEAN MANAGEMENT

- STRATEGIILE KAIZEN
- PRINCIPIUL “ZERO DEFECTE”
- JUST ON TIME
- ACTIVITATE EFICIENTĂ DE CERCETARE-DEZVOLTARE
- INTEGRAREA FURNIZORILOR PE BAZA CARTELELOR (KANBAN)

CONCLUZII

- PARADIGMA LEAN DEFINEȘTE UN ALT TIP DE PARTENERIAT ÎNTRE DEPARTAMENTELE FIRMEI (NOȚIUNEA DE CLIENT INTERN, CA ȘI ÎNTRE FIRMĂ ȘI PIAȚĂ (NOȚIUNEA DE CLIENT EXTERN))
- LM TREBUIE ADAPTAT ÎN FUNCȚIE DE SPECIFICUL FIRMEI, CICLUL DE VIAȚĂ AL PRODUSULUI, NEVOILE CONSUMATORILOR

CONCLUSIONS

