

KAIZEN VÀ TPS

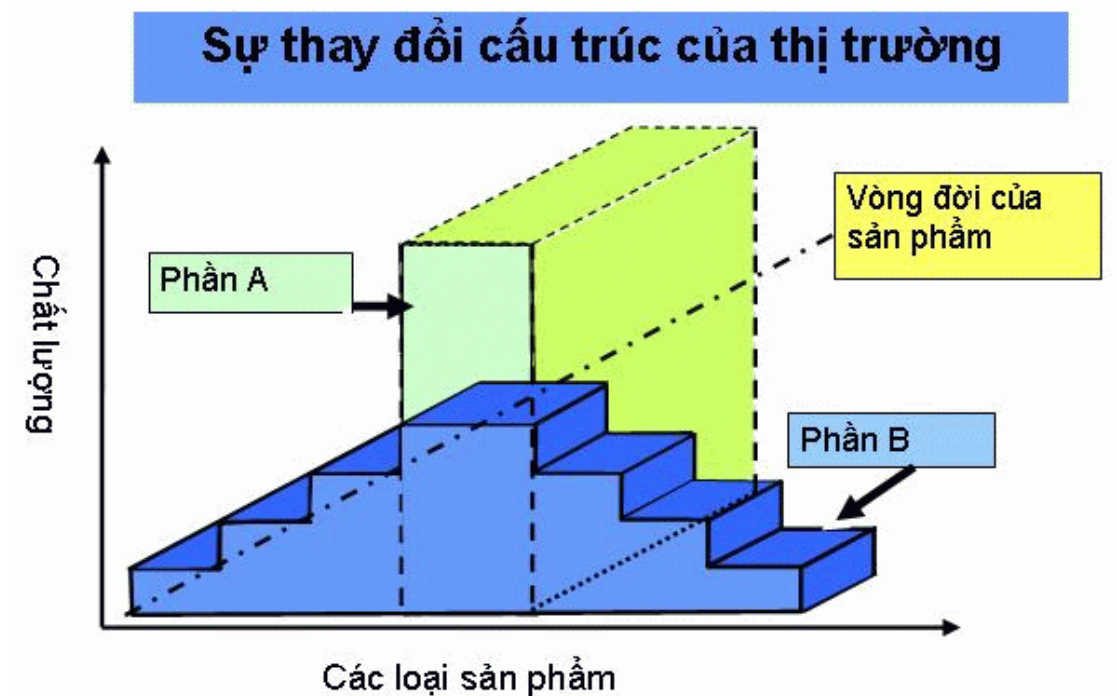
Gần đây, sự phát triển của công nghệ thông tin cho phép chúng ta truy cập, tìm kiếm kiến thức và thông tin dễ dàng hơn. Điều này chúng ta chưa bao giờ nghĩ tới trong những thập kỷ trước.

Ở Hà Nội, có rất nhiều cửa hàng quần áo đáp ứng mọi yêu cầu của khách hàng. Họ chuẩn bị quần áo với nhiều chủng loại và kích cỡ khác nhau. Chúng ta có thể tìm thấy những thợ may ở trên khắp các đường phố. Người tiêu dùng tới đó để may những bộ quần áo theo sở thích riêng. Ngành dệt may là một trong những ngành phát triển ở Việt Nam. Ngành dệt may hoạt động để phục vụ sự cạnh tranh trên toàn cầu.

1. Sự thay đổi của cấu trúc thị trường

Khi nhu cầu vượt quá cung ứng, nhà sản xuất có thể bán sản phẩm ra thị trường nhiều hơn. Thông thường, vòng đời của sản phẩm kéo dài trong một thời gian (Xem mô hình 1 phần A)

Dường như nhà sản xuất có thể làm ra ít chủng loại sản phẩm nhưng bán trong thời gian dài hơn là việc làm ra nhiều loại sản phẩm để bán trong thời gian ngắn. Thị trường sẽ dần dần bão hòa nếu cung ứng vượt quá nhu cầu vào giai đoạn cuối của vòng đời sản phẩm, sau đó cấu trúc thị trường nhanh chóng thay đổi. Người tiêu dùng sẽ dẫn đầu hơn trong việc lựa chọn sản phẩm. Để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, nhiều nhà sản xuất mở rộng, tạo ra nhiều loại sản phẩm. Thường thì vòng đời của các loại sản phẩm này không kéo dài bởi vì tổng cầu không thay đổi nhiều (Xem mô hình 1 phần B)



Mô hình 1: Sự thay đổi cấu trúc của thị trường

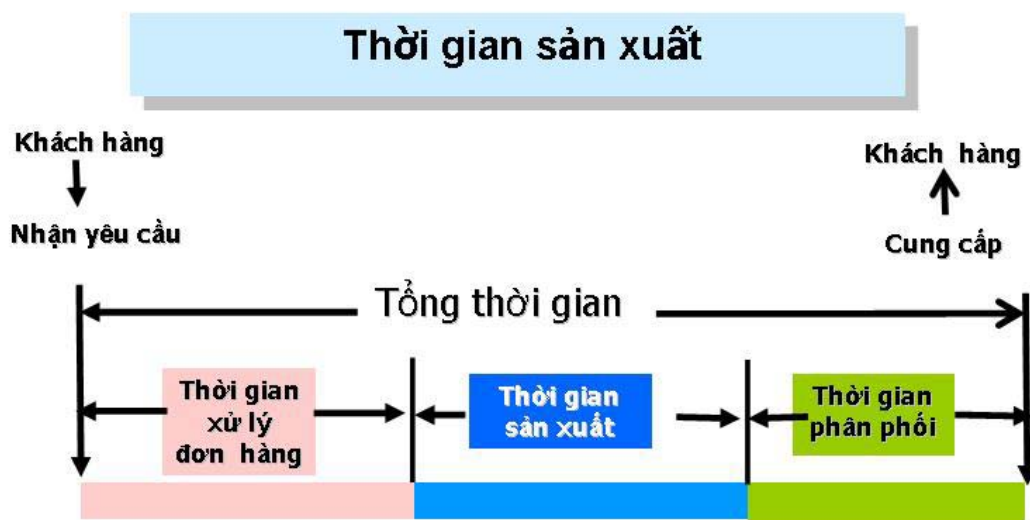
Ngành dệt may Việt Nam rơi vào tình trạng bão hòa và nhiều nhà sản xuất đang cạnh tranh với nhau trên thị trường. Người tiêu dùng được sử dụng nhiều loại sản phẩm từ sự cạnh tranh này.

Một số ngành công nghiệp khác thì điều kiện kinh doanh cũng đang thay đổi. Nhà sản xuất phải đổi mới với thị trường. Các công ty phải thay đổi hệ thống sản xuất để phù hợp với thị trường.

Nếu nhà sản xuất không linh hoạt để thay đổi hệ thống sản xuất của họ cho phù hợp với thay đổi của thị trường, họ không thể làm hài lòng khách hàng được.

2. Thời gian sản xuất

(Mô hình 2)



Mô hình 2: Thời gian sản xuất

Khi chúng ta nhìn vào thời gian sản xuất, chúng ta chú ý tới thời gian sản xuất thực tế. Chúng ta có thể rút ngắn thời gian sản xuất bằng cách loại bỏ thời gian chờ đợi, loại bỏ công việc thừa không cần thiết quá trình sản xuất...

Thời gian khách hàng chờ đợi để công ty sản xuất là khoảng thời gian bắt buộc bị lấy mất. Sau đó chúng ta phải đánh giá, kiểm tra thời gian sản xuất từ các quan điểm của khách hàng. Chúng ta có thể xác định được thời gian bị mất trước và sau sản xuất. Điều này được định nghĩa là tổng thời gian sản xuất như đã nói ở biểu đồ trên.

Thị trường yêu cầu nhà sản xuất thay đổi hệ thống sản xuất truyền thống để tạo ra một hệ thống sản xuất mới đáp ứng sự thay đổi.

Rút ngắn tổng thời gian sản xuất là chìa khóa để đáp ứng thay đổi của cấu trúc thị trường.

3. Kaizen và TPS

TPS là hệ thống quản lý hiệu quả để rút ngắn tổng thời gian sản xuất. Có thể nói rằng tất cả các hoạt động của Kaizen dựa vào TPS để rút ngắn thời gian sản xuất.

TPS cung cấp phương pháp để loại bỏ tất cả thời gian lãng phí và nhận ra rằng hệ thống sản xuất cho phép chất lượng sản phẩm phục vụ khách hàng chính xác hơn.

Dù TPS có nguồn gốc từ hệ thống sản xuất của TOYOTA, nhưng nhiều công ty đã thành công trên thị trường toàn cầu trong ngành công nghiệp dịch vụ cũng đang áp dụng TPS vì nó cung cấp cho nhà sản xuất những hàm ý quan trọng trong kinh doanh.

TPS đã được áp dụng ở nhiều nơi làm việc, nhân công được khuyến khích hơn và mỗi một công nhân có thể tự hào về vai trò và trách nhiệm của họ.

Nếu chúng ta làm việc cùng nhau để hướng tới sự an toàn và thành đạt trong tương lai, chúng ta có thể đạt hiệu quả hơn tại nơi làm việc bởi vì chúng ta biết rằng chúng ta cùng là những thành viên, những nhà sản xuất trên cùng một lĩnh vực cạnh tranh.

Ông IKEDA - CHUYÊN GIA NĂNG SUẤT NHẬT BẢN