

<<为什么是丰田>>

图书基本信息

书名：<<为什么是丰田>>

13位ISBN编号：9787807246084

10位ISBN编号：7807246081

出版时间：2008-12-1

出版时间：京华出版社

作者：（日）岩松义人

页数：281

译者：陈言

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<为什么是丰田>>

### 前言

有人说，“丰田生产方式是他们穷则思变想出来的一个结果”。

从某种意义上说确实如此。

1950年（昭和25年），由于资金周转不灵，丰田汽车陷入倒产危机，不得不大量解雇员工，创始人丰田喜一郎被迫辞去总裁之职，公司受到了重创。

其后朝鲜战争爆发，战争带来大量需求，但丰田却无力购买新的机器设备和雇用人手。

摆在丰田面前的课题是，怎样以有限的设备和人手，高效率地生产出大量的卡车？

在解决这一难题的过程中，丰田方式起到了很大作用。

所谓丰田方式，其出发点就是在没有资金、设备，在没有足够人手的情况下从事生产。

因为有这一特征，丰田方式被称作是“穷则思变”的对策。

在穷则思变，赶超美国三大汽车公司的过程中，丰田发现了“人的智慧”的无限可能性。

“人的智慧没有穷尽”——这是丰田方式创始人之一大野耐一先生的观点。

丰田方式发掘无限的智慧，努力实施改善。

也正因为如此，丰田方式成为了“改变全世界产品生产方法”的生产方式。

“改善是智慧与资金的综合”，笔者在丰田时经常听到大野先生说这句话。

改善首先要靠智慧，对于那些需要花钱的改善方案，大野先生会提出各种各样强人所难的要求，诸如“拿掉一个零”、“你一个人做做看”，等等。

## <<为什么是丰田>>

### 内容概要

丰田方式之所以能成为“改变全世界产品生产方法”的方式，丰田公司之所以能成为世界第一，绝不仅仅在于资金、技术力量和销售能力，最根本的原因在于其方法和习惯是以“人才的培养”——使员工成为“有智慧的人”——为核心的。

丰田方式不仅适用于汽车行业，也不仅适用于制造业，而是一种适用于各个行业和员工的普适方式

。

## <<为什么是丰田>>

### 作者简介

若松义人，1937年出生于宫城县，加入丰田汽车工业公司后，在大野耐一先生指导下，在生产、成本控制、采购等各部门常年致力于“丰田生产方式”的实施、改善和普及。

1984年以后，开始在农业机械等厂家中引进丰田生产方式。

现为卡鲁曼股份有限公司的董事长。

西安交通大学客座教授。

著有《最强丰田的7个习惯》、《丰田的“可视化”笔记》、《丰田的“最强员工”是这样培养出来的》等。

## &lt;&lt;为什么是丰田&gt;&gt;

## 书籍目录

上篇 成为第一的改善方法 第1章 牢记“改善是穷丰田的思变结果”——“恶劣的环境”逼出伟大的改善  
 不信“宿命”的人定有发展 以极低成本生产汽车的美国通用汽车公司 弱者的武器必然是智慧  
 解决方法总能在“做着看”的过程中找到 丰田也有过反对派 不要指望指导纲要  
 改善永无止境 “有点道理”等于“还有不合理” 满意和自大只隔一层纸  
 寻找“不努力也能取得成果”的方法 装忙的人是祸害 忙碌程度未必和效率成正比 “马上干”是克服困难的最好方法  
 某位成功人士的“今日事今日毕”习惯 常备不懈 自创是创造一流的最好办法  
 这就是照搬说明书的糟糕工程师 资金不足是进步的开始 代代相传的丰田方式  
 首先动手做做看 第2章 “以5%的优势胜过对手”不如努力 “以50%的优势做一流”——“乍看不可能的事”是巧妙改善的前提  
 “完成了!”是“还能做得更好”的前提 改变汽车生产的单分换模的秘密 什么是课题解决型改善 改善中也需要保持“不变”的能力  
 消除浪费和小气完全不是一回事 需要的东西绝不吝惜 对成长而言,默默努力的阶段不可或缺  
 射人先射马 如何“获得比预期更大的成功” 不以“想做什么”而以“应该做什么”为标准。  
 重新看待工作 “碰壁”之后寻求成功 在埋怨自己背运的时候 改善就是要从对失败的恐惧中解放出来  
 “有问题”不等于失败 开始时有60分就够了 矛盾与打开一扇通往提高竞争力的大门  
 某食品工厂在降价风暴中的致胜方法 代代相传的丰田方式 跟进和横推 第3章 秘诀:谁都不能永远保持“最好”——“缓一缓”带来不一样的改善  
 常识并不一定正确 太相信就会看不清 怀疑与解放思想 再成功的先例也不能原样照搬 善于学习的企业  
 多动脑筋的重要性 “置疑”是走向成功的好伙伴 部长“为什么”放慢改善 确保衔接顺畅是改善的关键  
 改写“标准”就是改善 干砸了也比不干好 习惯于变化 险胜经常会发生副作用  
 “早晚要衰败”的企业有个共同点 不要陷入追赶型改善 改善是按“循序”投石问路  
 只是改方便了不算改善 以一线人员为主体进行思考 代代相传的丰田方式  
 比较改善方案 第4章 领导应该能“逆水行舟”——反对意见锤炼出彻底的改善  
 “自己动起来”与“让人动起来”并不矛盾 从这些地方看你“有多认真” 赞赏比奖金更让人有成就感  
 奖金的作用 涨工资不如给一个好评价 保护下属远离“劳动强化” 期待因此而落空  
 加固成功的“纵线” 要化解抵抗必须先了解抵抗 身为“外来兵团”需要花的工夫  
 抵抗磨练领导 怎样促使改善方案诞生 积累一点一滴的小智慧 以赞赏培养人  
 合理防止“反弹现象” 强势领导的隐患 灌输成本意识 代代相传的丰田方式  
 让动脑筋成为一种嗜好 第5章 “普通人”比天才和钱财更能开拓未来——“整体协作”是改善能够获利的保证  
 追问五遍“为什么”,让人产生“我们也要干”的想法 发现“步调一致的改善”  
 追本溯源 出色的改善能够推广开来 正式工与临时工的调和  
 推广带来高度 能转动机器就能打动人心 让“孤岛”消失 心理壁垒和物理壁垒  
 极力减少“非那个人不可”的情况 回到“任何人都能做” 消除难度 更多地直面客户的叱责  
 在批评中成长 把目光投向那些看不见的线索 彻底贯彻“后道工序是客户”  
 清楚地意识到顾客的存在 “相互”有要求 “出口”的混乱由“入口”解决 严格做好预防保养  
 感知的重要性 代代相传的丰田方式 将问题“可视化” 第6章 为什么丰田擅于扶植协作企业——从大局出发才能实现最好的改善  
 通过标杆管理把改善带入总体战 不急于断定“这最好” 具备找出课题的眼光 对于业界常识。  
 既要尊重也要扬弃 常识很好用,但不该被其束缚住 医院改革与丰田方式 让员工自己找答案才能培养优秀的工作能力  
 自己去找答案 生产产品就是培养人 不能“让协作企业去伤脑筋”  
 培养协作企业的改善能力 “合为一体”不可少 “严厉叱责”不是改善 调查“为什么”  
 “更便宜”不等于“压价购买” 经常说出自己的梦想 不吝惜时间 代代相传的丰田方式  
 一起品味成果 第7章 未雨绸缪——高层的决策及改善与幸福息息相关 勿把“强势”当“强大”  
 改善方向走偏的时候 大野耐一先生无言的教诲 “一分一分增加”比“取得满分”更重要  
 不要指望一蹴而就 大步跨跃不如脚踏实地一

## <<为什么是丰田>>

步一步迈进 “觉得出手还太早时股价升了，匆忙卖掉后股价涨了”同样适用于改善 改革要  
趁赚钱时进行 留有失败的余地 勿忘愚直的美德 “给予”的重要性 坚持不懈给  
予鼓励 坚持到最后的人拿到金币 半途而废的真因 一定要坚持到有结果 .....下篇 最  
强丰田的七个习惯 第1个习惯从“相关甚远”的想法着手 第2个习惯不以“我们公司”作主题——不  
是从“专业”的角度，而是从“顾客”的角度生产产品 第3个习惯重复五遍“为什么”——不停留在  
“原因”上，而要连“真因”也彻底改善 第4个习惯把成功经验归零——较之于“他人的成功”，更  
能从“自己的失败”中得到智慧 第5个习惯成长比成功更重要——要培养人才，“改变体制”比“改  
变人”更有效 第6个习惯以忙碌为耻——“动手早”比“动作快”更能增加竞争力 第7个习惯从心里  
想念“大家的力量”——不是靠“一个不平凡的人”，而是依靠“一百个平凡人”来创造亮眼的营业  
成绩

## <<为什么是丰田>>

### 章节摘录

战胜不了自己，又怎能战胜外人时代瞬息万变，现在不会因为“同属一个集团”、“同是一个系列”等等诸如共同持股之类的关系，就会让生意变得好做。

依靠人情反而会使竞争力减弱。

日产汽车的总经理兼CEO卡洛斯·戈恩先生在重整经营的时候，曾大胆地将手中所持的其他公司的股份全部出售。

当时曾有人以“这样做会给营业带来不良影响”坚决反对。

对此，戈恩先生曾有力地给予过反驳：“不要以为持有对方的股份，对方就会买我们的车。”

很多人误以为丰田是通过“系列”来确保客户的。

事实上，公司是依据很激烈的市场竞争原理在运作。

丰田有一个叫做“期待值”的制度。

依据这项制度，丰田会向零件厂商公布他们所期望的价格和质量，而零件厂商就有义务严守丰田的这个价格和质量。

一旦零件厂商达不到这个期待值，那么在下订单时，包括新的客户在内，他们就会向别的零件厂商订货。

当然为了能达到期待值，丰田会提供人力、技术、资金等方面的支持。

但是，任何厂商都不会仅仅因为同属一个“系列”或“集团”，而在达不到期待值时仍能保住订单。

丰田正是在引入这一激烈的竞争原理的基础上，一边培养客户，一边实现成本削减的。

值得被作为标杆管理对象的企业有很多很多，而丰田就是在日常经营中，不断地通过标杆管理来描绘更为伟大的自我。

相信愚直更胜于相信才能注意到“理所当然”中所蕴藏的困难经营者中，有些人依靠奇思妙想致胜。

对于这样的经营者，媒体通常把他们誉为“走在时代前端的人”。

而这些人中，有人成长为真正的企业家，而有的人则反而被点子所累，逐渐淡出了人们的视野。

## <<为什么是丰田>>

### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>