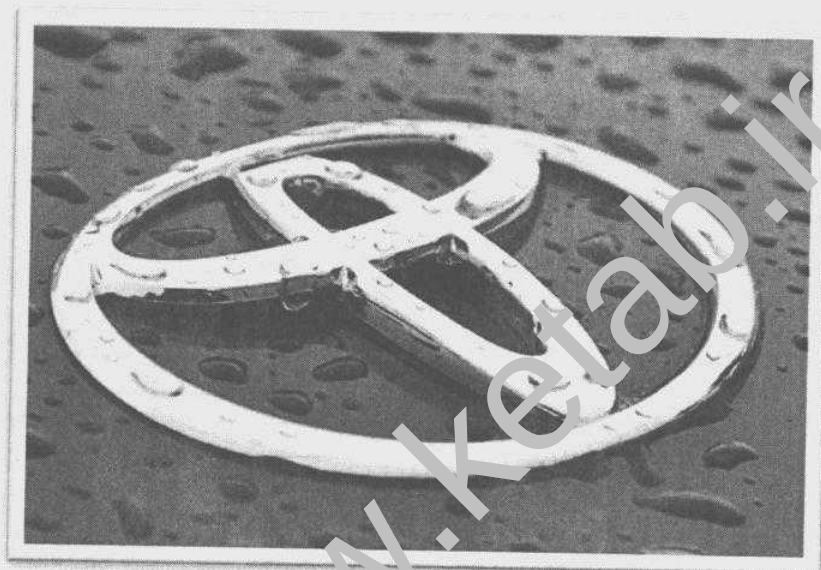


نام کتاب: فرهنگ و سیستم تولید تویوتا



گردآورندگان:

فرهاد بحیرایی

سمیه صادقی

سرنشانه	: بحیرایی، فرهاد، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پدیدآور	: فرهنگ و سیستم توپوتا/ مولف فرهاد بحیرایی، سمیه صادقی.
مشخصات نشر	: تهران: دبیران، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۰۹ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۶۲۰۶-۸۸-۲ : ۱۱۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست	: فیبا
نویسی	
موضوع	: شرکت توپوتا مونور
موضوع	: Toyota Jidosha Kabushiki Kaisha
موضوع	: اتومبیل‌ها -- صنعت و تجارت
موضوع	: Automobile industry and trade
موضوع	: فرهنگ سازمانی
موضوع	: Corporate culture
موضوع	: بهره‌وری صنعتی
موضوع	: Industrial productivity
شماره نسخه	: صادقی، سمیه، ۱۳۶۰ -
رده بند کنگره	: ۱۳۹۶ ۴۳۲/ب۳۷۸ TL
رده بندی ویبی	: ۶۵۸/۹
شماره کتابشناختی	: ۳۷۱۲۹۲۱
ملی	

شناسنامه

نام کتاب:	فرهنگ و سیستم تولید توپوتا
مولف:	فرهاد بحیرایی - سمیه صادقی
ناشر:	انتشارات دبیران
نوبت چاپ:	۱۳۹۶-اول
چاپ و صحافی:	دبیران
تیراژ:	۱۰۰۰ جلد
حروف چینی و صفحه آرایی:	سمیه صادقی
قیمت :	۱۱۰۰۰۰ ریال
دفتر مرکزی:	میدان انقلاب - ابتدای کارگر جنوبی - کوچه مهدیزاده - پلاک ۷ واحد ۱۰۴
تلفن:	۶۶۴۳۲۱۱۱-۶۶۵۷۰۵۱۵
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۶۲۰۶-۸۸-۲
پست الکترونیکی:	Dabiran77@gmail.com

فهرست

۷	پیشگفتار.....
۱۰	فصل اول.....
۱۰	تاریخچه خودروسازی توپوتا از گذشته تا امروز.....
۱۰	معرفی شرکت بزرگ توپوتا.....
۱۱	توپوتا چگ به این جایگاه رسید؟.....
۱۵	شروع خودروسازی شرکت توپوتا.....
۱۹	پیشرفت‌های شرکت توپوتا در بازی توپوتا.....
۲۱	تایچی اونو باینده مشکلات توپوتا.....
۲۲	تولید بهنگام.....
۲۳	کانبان.....
۲۳	جی دوکا.....
۲۴	محصولات پرفروش شرکت توپوتا.....
۲۷	نقش آموزش در فرهنگ توپوتا.....
۲۸	آموزش پرهزینه.....
۲۹	نگرش سقراطی.....
۳۰	شیوه توپوتا.....
۳۲	فصل دوم.....
۳۲	فرهنگ‌سازمانی توپوتا.....
۳۳	ارتقای مداوم.....
۳۴	تولید به هنگام.....
۳۵	کانبان.....
۳۵	آموزش کارکنان.....

۳۶	برنامهریزی بلند مدت
۳۷	فرهنگ توپوتا
۳۸	چهارده اصل راه توپوتا
۴۶	مدل فرهنگ توپوتا
۴۷	یک-استانداردسازی
۴۸	دو-مجسم سازی
۴۹	سه-تشبیه با پایدارسازی
۵۰	چهار-هنگام بودن
۵۲	فصل چهارم
۵۲	معرفی سایر ارکان
۵۹	فرهنگ مشتری مداری
۶۰	مدیران متواضع
۶۰	کیفیت فرزند تولید است
۶۲	فصل پنجم
۶۲	سیستم تولید توپوتا
۶۲	اهداف TPS
۶۴	مدل سیستم تولید توپوتا
۶۸	نواحی تمرکز TPS
۱۰۳	معانی واژه ها
۱۰۶	نتیجه گیری موفقیت توپوتا از زبان بزرگان توپوتا

پیشگفتار

در مقوله فرهنگ و فرهنگ سازمانی مطالعات گسترده‌ای صورت گرفته است و این امر سبب شده تا نگرش مدیران به سازمان در زمینه تجزیه و تحلیل فرهنگ سازمان را دگرگون سازد، این تغییر نگرش موجب شده تا فرهنگ سازمانی از دانشگاه‌ها به مؤسسات تجاری، تولیدی و خدماتی انتقال و سبب تعالی فرهنگ گردد.

انسان دارای شخصیت‌های متفاوت و توانایی‌های متنوعی است که به طبع این موضوع و تأثیر آثار محیط بر شخصیت آن فرهنگ شکل خواهد یافت. با توجه به تحقیقات دانشمندان یکی از مهمترین عوامل بهبود سازمان، بهبود فرهنگ سازمانی است که آثار آن در تمام سازمان و ابعاد سازمانی خود را نمایان خواهد ساخت.

فرهنگ واژه‌ای فارسی است که از ترکیب «فر» و «هنگ» تشکیل شده است. اگر به معنای بالا بوده و هنگ نیز به معنای کشیدن است) از ترکیب این دو واژه معنای بالا کشیدن خود را بروز می‌دهد.

در تعریف تیلور فرهنگ مجموعه آموخته و پیچیده و نظام یافته‌ای از دانستنی‌ها، هنرها، آئین‌ها، حقوق و آداب و رسوم است که منشأ خوبی‌ها و بسیاری از اندوخته‌هایی می‌باشد که فرد در جامعه خود کسب خواهد نمود.

تعریف فرهنگ سازمانی در هیچ شکل و قالب خاصی امکان پذیر نخواهد بود ولی معنایی که در سازمان ها و عموم جاری است به این قرار می باشد:

فرهنگ سازمانی عبارت است از مجموعه هایی از ارزش ها، باورها، درک ها و شیوه های تفکر و اندیشیدن که اعضاء سازمان در آن دیدگاه مشترک دارند، معمولاً فرهنگ سازمانی بیان گر شخصیت سازمان می باشد که شامل مفروضات، ارزش ها، محسوسات و نشانه اعضاء سازمان و رفتارشان است.

فرهنگ سازمانی موضوعی است که به تازگی در دانش مدیریت و در قلمرو رفتار سازمان های داخلی کثرت پیدا نموده و بدنبال سیستمی مشترک از دانسته های اعضاء نسبت به سازمان می باشد که موجب تمایز سازمان با سازمان دیگر خواهد شد.

فرهنگ سازمانی نظامی پویاست در قالب رفتاری است که اعضاء سازمان در عمل از خود آشکار خواهند ساخت، این رفتارهایی است که اعضاء طوری واقعی می اندیشند و احساس می کنند و شیوه های رفتاری در برخورد با هم را تعریف می نمایند.

امروزه شاهد تغییرات اساسی و سریع در جوامع و سازمان ها هستیم. این تغییرات در ابعاد مختلف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، توانایی ها، تخصص انسان ها و فناوری می باشد. محققان و مدیران جوامع و سازمان های پیشرفته به این نتیجه رسیده اند که مهم ترین عامل مؤثر در تغییرات و رشد و توسعه سازمان ها برنامه ریزی و آموزش و بهبود توانایی های نیروی انسانی و توسعه فرهنگ جامعه و سازمان های آن است؛ درواقع نیروی انسانی عاملی استراتژیک تلقی می شود.

رشد روزافزون فناوری موجب شد تا فرهنگ فردی و سازمانی نیز ارتقاء یابد و این امر سبب نگرش‌های جدید مدیریتی به تولید، سازمان، نیروی انسانی، مشتری شد که محور این تغییرات را شرکت تویوتا ایجاد نمود.

این کتاب تلاش دارد که با توجه به معرفی این شرکت بزرگ فرهنگ کاری را ارتقاء داده و سعی بر آن داشته تا با معرفی تلاش‌های صورت گرفته در این خصوص دریچه جدید از دیدگاه مدیریتی را در اختیار همگان قرار دهد تا هم در سازمان و یا محل کار و هم در زندگی شخص به تغییر و تحول تبدیل باشد.

این کتاب دارای پنج فصل ساختاری معین می‌باشد و مهم‌ترین مباحث آن در فصل پنج مرور شده است. همان‌طور که بلافاصله مشخص می‌شود مدیریت فرهنگ سازمانی در دو حوزه فردی و سازمانی در رشد و توسعه سازمان و شرکت‌های خودروسازی بسیار مؤثر و قابل تأمل است و جای دارد تا در این مقوله فعالیت‌های استواری صورت گیرد.

گفتنی است در تدوین آن کوشیده شده تا ضمن به‌روز بودن، مجموعه مطالعات آن روان و آسان باشد. با امید به مفید بودن این اثر برای دانشجویان و مدیران ایرانی از مدیران و صاحب‌نظران استدعا دارم با ارائه نظریات و انتقادات سازنده مرا در جرح و تعدیل مطالب یاری فرمایند