CHAPTER 12 精實生產

第三組 M014011037黎文緣M014011054蔡伊庭M014011028王沛云

 M014011003游婷文M014011047吳佳純M014011045傅怡瑄

今日的企業領導人及管理者在變化快速的環境中，為了因應激烈的競爭，他們必須設法提升本身的競爭力，但是卻因不知問題的癥結何在，只好「病急亂投醫」。

隨著經營環境的變遷，理論上企業組織應該有不同的架構妥為因應，但事實上，企業組織並無法立即說變就變，所以必然會發生適應不良的狀況，這就是為什麼企業組織一向會有問題存在，未來也是如此的根本原因所在。唯一有所改變的是，這些問題愈來愈難解決。

   二十世紀全世界的國家當中，工業生產水準提升最神速的非日本莫屬，為什麼日本的工業水準會大幅度的進步？甚至趕上歐美先進國家，日本所依靠的手法就是TQC，日本企業界經由密集的TQC訓練打下非常落實、務實的品質管制基礎，不管任何部門，人人都在做「品管」，品管不只是製造部門的任務，每一個部門都在做好「工作品質」，這就是TQC。
 因此TQC是為企業建立一套非常完整的品管制度，含蓋全公司所有部門，透過六種手法，二種道具，全面改革所有員工的工作概念，整合全公司的品質力量，健全公司的管理體制，強化公司的經營績效和國際競爭力。

將JIT、精實生產的管理模式，應用在服務業裡，讓我們聯想到所謂的標竿管理，企業面臨環境快速變動下，不斷的改善以符合市場需求，精實生產應用在服務業相當成功，尤其是精實生產十項中「更整潔的工作環境」，對服務業而言可以提升本身的服務流程外，消費者對其觀感較佳。組員內曾經有在麥當勞工作的經驗，在工作期間見識到麥當勞內部運作「工業化」程度很高，每一位新進的工讀生都能快速提供餐飲服務，提供一致性的服務。供應鏈管理其實在這個變化快速的市場內顯得相當重要，服務業做好供應鏈管理，能帶給企業雙贏的結果，企業可以確保貨源外，更能提供給消費者良好的服務，現在CSR的供應鏈管理盛行，以星巴克為例，建立起買賣雙方的信任關係，也使得顧客認同星巴克這個品牌。我們發現精實服務其實深入在生活中，我們常常接觸到所謂的「服務」，企業不斷地想要做好服務提供附加價值，有時候陷入迷思中，我曾經和一位在餐飲業待過的朋友聊天他問我：「什麼是服務?」，並用一個經驗來解釋，有一個客人用餐到一半，生氣的叫經理過來，所有高層都來到顧客面前不斷的道歉，顧客越來越生氣，那位朋友讓我想看看顧客生氣的原因，我回答：「餐飲業最基本的東西沒做到，餐點沒有達到顧客的期望。」我們認為將服務做好外，服務業最後還是得回歸到產品面上!

精實生產使豐田汽車成為世界汽車大廠，之前2011年泰國水災造成零組件斷鏈，讓人想到JIT即時生產系統，雖然有零庫存的優點，但是一有狀況發生就容易產生缺貨危機，供應鏈的維護對一家公司很重要，我們可以知道精實生產讓豐田汽車進入巔峰時代，但不管是什麼理論或做法都可能存在一些缺陷，如何避免風險的發生，不僅要做好實質上的管理外，也要做好關係管理，無形的服務有時比具體服務讓人印象深刻!

在本章精實生產的內容當中，我們發現，雖然精實生產或多或少在不同產業中，或許執行起來會有不同的成效或是適用性。但就12-1精實的邏輯當中，清楚的表明了最基本的概念，而當生產者專注於這樣的基本邏輯時，所能夠節省的成本，以及追求的高品質生產就夠達成生產者所需的效果。我們常常發現的是，生產者偏頗於精實生產＂節省＂的部分，過度的降低庫存或是減少耗費的成本，反而造成產品的品質沒有受到重視，而被忽略，這樣一來就脫離了精實生產所強調的邏輯，進而連帶影響到產品品牌的形象以及消費者的忠誠度。

精實生產的概念，隨著時間演進已經透過生產管理深入到各大產業的供應鏈中，要如何維繫以及如何找到和單一企業最富有適配性的精實方式，就是每一位生產者所需要注重的重要課題。