|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| TOYOTA'nın Yeni Üretim Planlama Sistemi | [Yazdır](http://www.karedanismanlik.com/component/content/article/58-uretim-lojistik/197-uretimplanlamasistemitoyota.html?tmpl=component&print=1&page=) | [e-Posta](http://www.karedanismanlik.com/component/mailto/?tmpl=component&link=aHR0cDovL3d3dy5rYXJlZGFuaXNtYW5saWsuY29tL2NvbXBvbmVudC9jb250ZW50L2FydGljbGUvNTgtdXJldGltLWxvamlzdGlrLzE5Ny11cmV0aW1wbGFubGFtYXNpc3RlbWl0b3lvdGEuaHRtbA%3D%3D) |

|  |
| --- |
| **TOYOTA'nın Yeni Üretim Planlama Sistemi**    Yeni Sistemde 600 Endüstriyel Robot Eskisinin Yarısı Kadar Bir Sahaya Sığıyor.  \* Yeni sistemde 600 tane üretim robotu eski sistemde kullanılan sahanın yarısı kadar bir yere yerleştirilip punta kaynak ve diğer montaj işlemlerini yapabiliyorlar.  \* Ayrıca bu robotlar üretim hattından geçen değişik modellere göre dizayn edilmiş bilgisayar programlarıyla derhal o modele adapte olup, gerekli yerlerin kaynaklarını gerçekleştirebiliyorlar. Bu da üretime büyük bir fleksibilite sağlıyor.  \* Her ayrı model ürün montaj hattı üzerinde tesbit noktaları (locator points) denilen yerlerde üretim hattına milimetrik bir kesinlik içinde konumlandırılarak bağlanıyor. Çünkü montaj hattı üzerinde ilerleyen ürünün ufak bir oynama veya kayma yapması durumunda (onbinde bir inç’lik bir toleransla) üretimi gerçekleştiren 600 kadar robotun yanlış yerlere kaynak ve montaj yapmaları durumu ortaya çıkabiliyor.  \* Bunu sağlamak için iki şeye ihtiyaç vardır. Bunlardan birincisi tesbit noktalarının gayet katı ve kesin konumlandırma sağlayacak şekilde dizayn edilmeleri ve bu konumlandırmanın farklı her model için gerçekleşmesi.  \* Burada da iki opsiyon vardır. Ya her ayrı modelin tesbit noktaları ayrı yerlerde olacak veya montaj hattı üzerinde konumlandırma işlemini yapan pin’ler bilgisayarla kontrol edilerek her modelin aynı yerde doğru konumlanması sağlanacaktır. Bunlar kavramsal olarak basit görünmekle beraber teknik açıdan gerçekleştirilmeleri son derece zor konulardır.  Toyota Avrupalı Otomotivcilerin Korkulu Rüyası Haline Gelmeye Başladı.  \* Toyota’nın Kuzey Fransa’daki Valenciennes fabrikasında üretilen son stil modeller, uygulamaya konan yaratıcı teknolojiler ve superefficient üretim tesisleri Renault’u, Fiat’ı ve diğer lokal otomotivcileri ciddi şekilde ürkütmeye başladı.  \* Bu fabrikada hergün üretilen 920 adet Yaris subcompact arabası piyasadaki talebi zor karşılıyor. Bu sebeple Valenciennes kadrosunu işe aldığı 500 yeni elemanla takviye ederek üçüncü vardiyaya geçti. Bu Toyota tarihinde bir ilk.  \* Uzun seneler Avrupa pazarlarında marjinal bir oyuncu olarak boy gösteren Toyota artık atağa kalktı. Bu yılın ilk dört ayında Toyota’nın Avrupa satışları tam %20,6 arttı. Geçen sene bu oran %10,4’dü.  \* 2003’te Toyota Avrupa’da 835.000 otomobil sattı. Halbuki aynı yıl Avrupa’daki toplam oto satışları %1,3 düşmüştü. Bu suretle Toyota’nın Batı Avrupa’daki pazar payı %4,5’tan %5,3’e çıktı.  \* Sonuç olarak, Toyota Tedarik Zinciri’nden montaj hattına uzanan bir teknolojik yenilenme projesiyle rakiplerini zorlamaya hazırlanıyor.  Türk Şirketleri de Kalite, Verimlilik, Maliyet Gibi Temel Değerlere Yöneliyorlar.  Kalitenin yükseltilirken maliyetlerin devamlı düşürülmesi, rakiplerden çok daha düşük fiyatlarla pazara girilmesi, hem estetik hem de fonksiyonel açıdan yaratıcı ve cazip dizaynlarla müşterinin karşısına çıkılması, mamul ve hizmet çeşitliliğinin arttırılması, devamlı ve hızlı değişim, itiratif bir şekilde bütün organizasyonel proseslerin iyileştirilmesi, tam zamanında imalat, tam zamanında teslimat, tedarik zinciri ve optimum stok yönetimi günümüzde “Temel Değerler”den bazıları. Bir işletmede bunlar gerçekleştirildiği taktirde “Müşteri Memnuniyeti” de kendiliğinden oluşup firmanın rekabet gücünü artırıyor.  Temel Değerler – Kalıcı ve Taklit Edilemez Unsurlar.  Bu temel değerleri hakkıyla yerine getirmeden uygulanacak reklam, promosyon, müşteri ilişkileri yönetimi teknikleri gibi satış ve pazarlama tekniklerinin, ilk anda netice verir gibi görünseler dahi, kalıcı olmalarına imkan yok. Bugünün müşterisi akıllı ve çok bilinçli. Pazarı, mamulleri ve şirketleri en ince detayına kadar biliyor ve neyin ne olduğunu çok çabuk anlıyor.  Ayrıca kalite, maliyetler, yeniden yapılanma, kitlesel farklılaştırma – mass customization – gibi temel unsurların taklit edilebilmeleri çok zor. Bunun en iyi örneğini “Toyota Üretim Sistemi” teşkil ediyor. Sistem herkesin tetkik ve incelemesine açık olduğu halde bugüne kadar kimse bunun tam anlamıyla taklit edemedi. Dolayısıyla temel değerlere kazanılan rekabet gücü kalıcı oluyor.  Bu “Temel Değerler”in hayata geçirilmesi ise şirketin güçlü bir ERP altyapısına sahip olmasıyla birebir ilişkili bulunuyor.  Teknolojinin Maliyeti Düşüyor. KOBİ’ler de Artık ERP ve MRP Kullanabiliyor.  \* Yeni geliştirilen ERP programları kalite kontrol, açık siparişler için teslimat planı, şirketler arası done ve diğer bilgi transferi – EDI – Electronic Data Interchange, stok yönetimi, üretim yönetimi, kapasite planlaması, fason yönetimi ve ticari işlemler gibi bir işletmedeki bütün fonksiyonları kapsayabiliyor.  \* Bu programlar KOBİ’lerin alabilecekleri kadar ucuz fiyatlara pazarlanıyor. Ayrıca sistem ve uygulama desteği veriliyor.  \* Bu suretle KOBİ’ler de prodüktivitelerini ve kalitelerini arttırmak, maliyetlerini düşürmek, mamul çeşitliliğini arttırmak ve tam zamanında imalat – Just in Time – sistemine geçme imkanlarına kavuşuyorlar.  Yakın dönemde üretimin canlanmasıyla beraber şirketlerimizde Üretim Planlaması, Tedarik Zinciri, Maliyet Düşürme Teknikleri, Süreç Yönetimi gibi danışmanlık ve eğitim konularına olan ilginin hızla arttığını, Satış Gücü Otomasyonu, Sipariş Yönetimi konularında, mobil teknolojileri de kapsayan çok sayıda projenin devreye alındığını görüyoruz. Aslında tüm bu konuların temelini ERP oluşturuyor. Kalıcı ve birbirleriyle entegre çalışan çözümler ancak sağlam bir ERP temeli üzerinde yükselebilir |