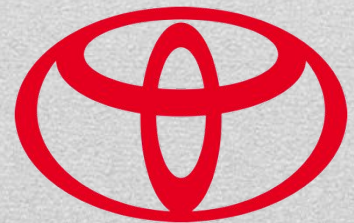
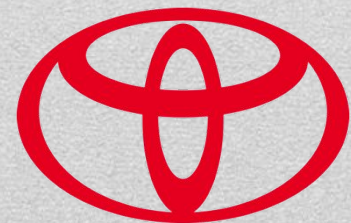


Toyota Motor Corporation

Leading the way to the future of mobility



- 1. История развития бренда
- 2. Стратегии Toyota Motor Corporation
- 3. Принципы ведения бизнеса Toyota
- 4. Матрица структуры управления ИТ
- 5. SWOT-анализ



Ключевые моменты развития



Сакичи Тоёда изобрел автоматический ткацкий станок.

Созданы первые прототипы автомобилей.

Повсеместно применена стратегия бережливого производства.

Во время Второй Мировой Войны Toyota в основном работает на японскую императорскую армию.

Впервые японские автомобили экспортируются в США и Бразилию.

Во всех видах деятельности компании введен тотальный контроль качества (TQC).

1924

1935

1938

1939 – 1945

1957

1961

Ключевые моменты развития



Анонсирована Toyota Corolla – самый продаваемый серийный автомобиль в мире.

Компания существенно расширяет модельный ряд. Анонсированы популярные до сих пор: Allion, Celica, Supra.

Запущена линия автомобилей Toyota Camry, в настоящее время переживающая уже VII поколение модернизации.

Компания внесена в реестры NYSE и LSE.

Активная реклама и развитие производства гибридных силовых установок.

1965

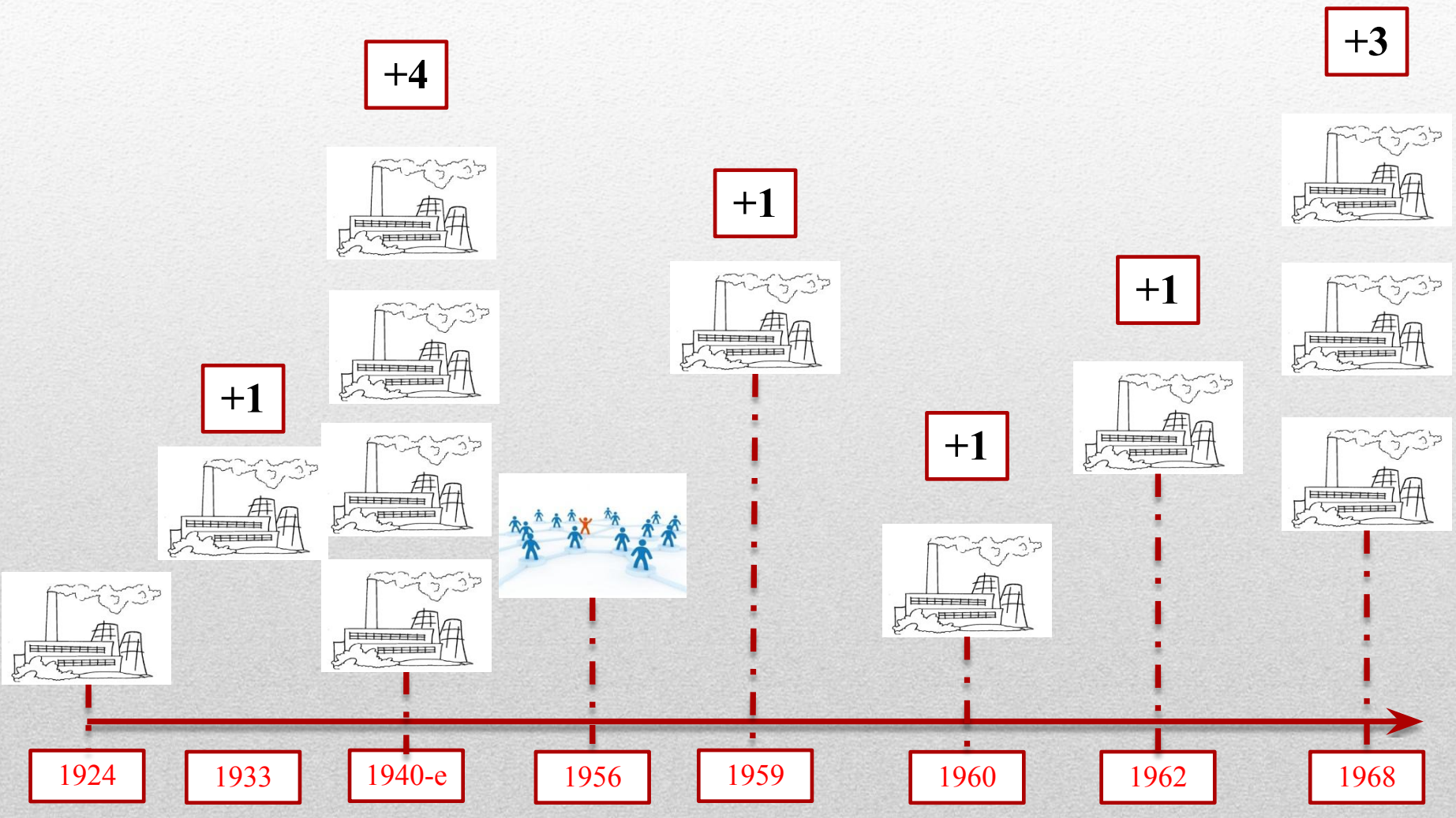
1970-1979

1980

1999

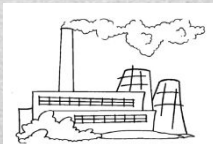
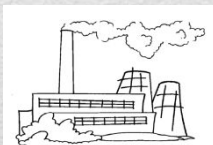
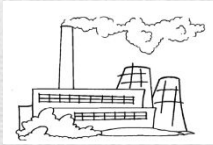
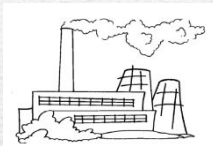
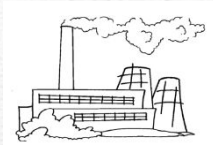
2000-2010

Расширение производства

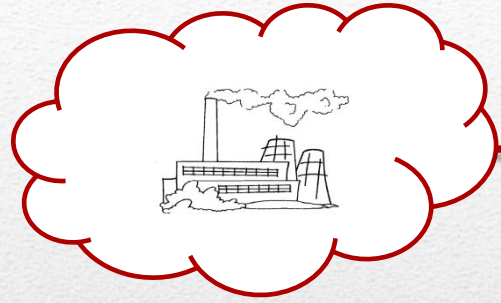


Расширение производства

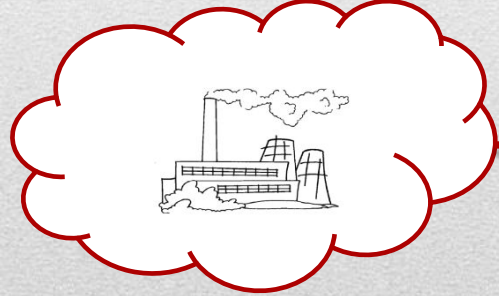
+5



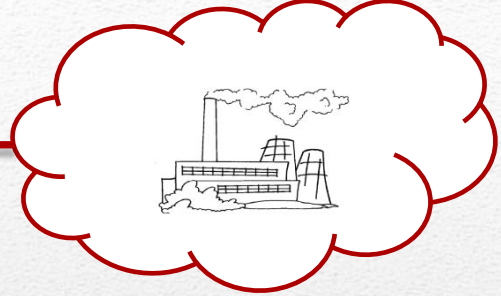
КИТАЙ



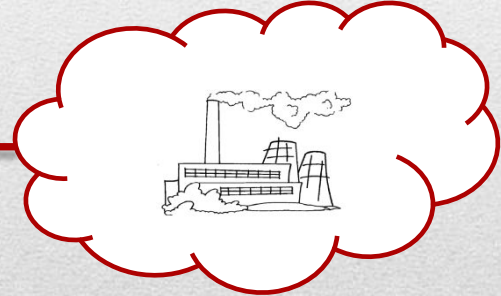
ПОЛЬША



ФРАНЦИЯ



США

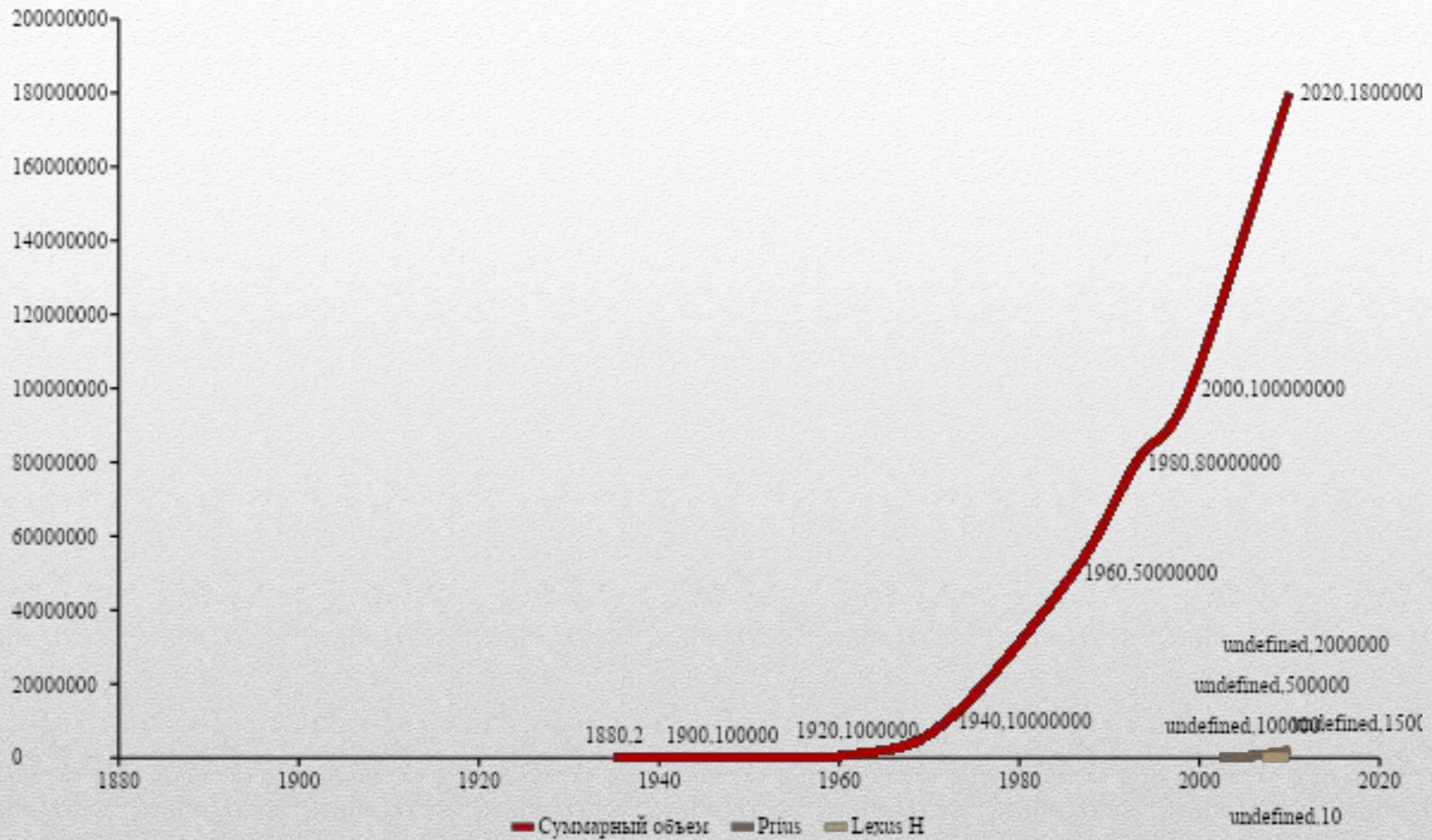


1970-е

2000-е



Объемы выпуска автомобилей

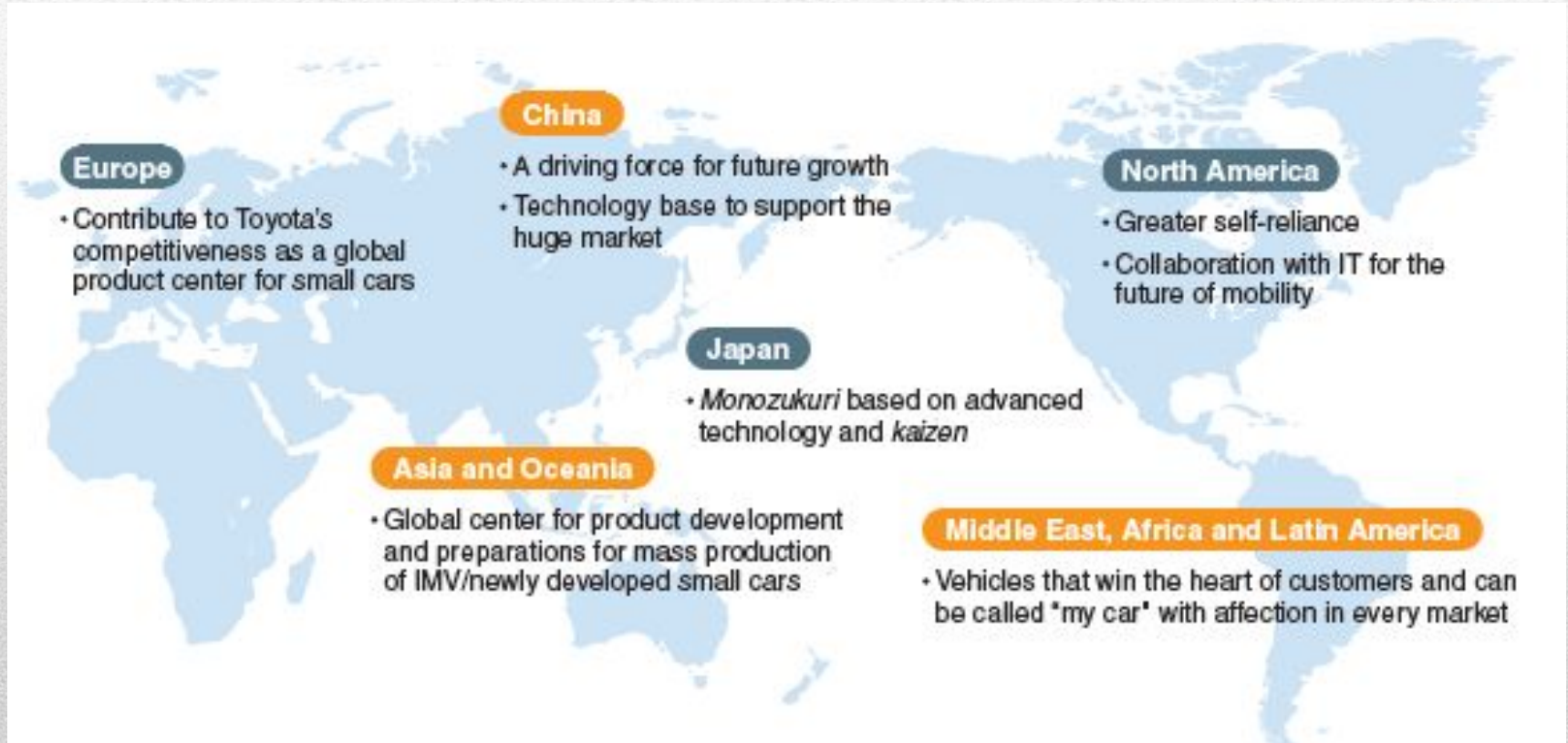


Leading the way to the future of mobility...



Toyota проложит путь человечества в мобильное будущее, улучшая условия жизни по всему миру, предоставляя людям наиболее безопасные и надежные средства передвижения.

Производить автомобили, которые нужны потребителю
в каждом регионе.



Global Vision

- В Японии, мы заинтересованы в развитии продвинутого высокотехнологичного производства, которого ожидает от нас японский потребитель.
- В Европе, наша цель утвердиться как мощный бренд создавая привлекательные автомобили и оптимизируя свои продукты для удовлетворения нужд именно европейского потребителя.
- Наши производства в Северной Америке мы хотим сделать глобальным центром не только по сборке автомобилей, но и по разработке новых решений, для таких моделей как Camry. Также мы заключаем здесь договора с компаниями ИТ индустрии, поскольку понимаем, что создание мобильного сообщества будущего невозможно без продвинутых ИТ решений.



Global Vision



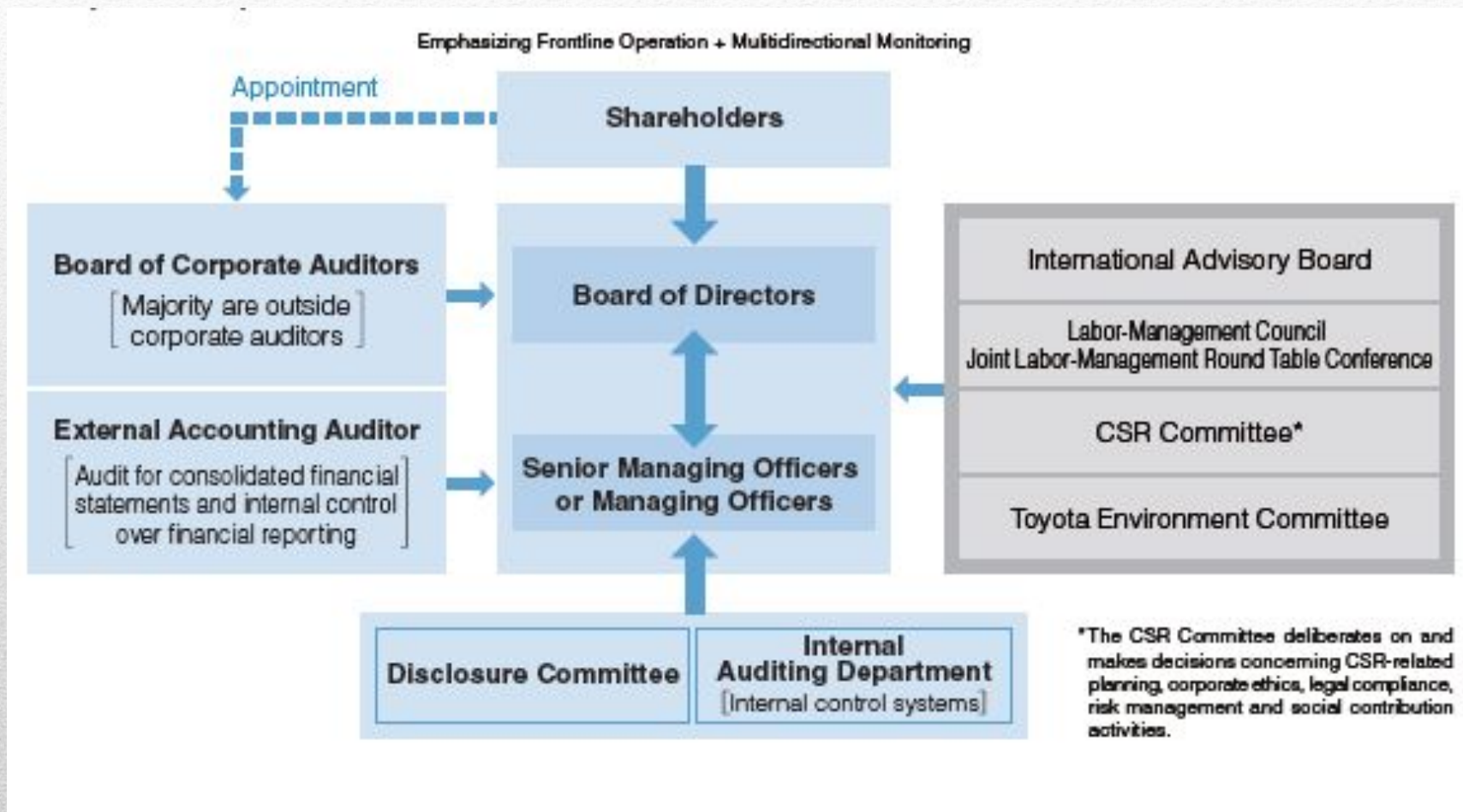
- Наша работа в Китае и на других развивающихся рынках направлена на улучшение образа нашего бренда, как продвигающего технологии, которые помогают сберечь благоприятную экологию окружающей среды.
 - Мы стремимся выводить в развивающиеся страны производства востребованных в них автомобилей.
-

Стремление к безопасности

- Цель – нулевая смертность в результате ДТП.
- Трехуровневый комплексный подход к обеспечению безопасности движения:
 - работа с людьми – участниками движения;
 - работа над моделями автомобилей относительно безопасности и пассажиров и пешеходов;
 - работа по обеспечению приемлемого состояния дорожной инфраструктуры.
- Специальный отдел контроля качества по вопросам безопасности движения. В совете директоров учреждена новая должность CSTO – Chief Safety Technology Officer.



Схема управления Toyota



Принципы ведения бизнеса Toyota

- Принимай управленческие решения с учетом долгосрочной перспективы, даже если это наносит ущерб краткосрочным финансовым целям.
 - Процесс в виде непрерывного потока способствует выявлению проблем.
 - Используй вытягивающую схему, чтобы избежать перепроизводства. Организация работы производства требует, чтобы потребитель получил то, что ему требуется, в нужное время и в нужном количестве.
 - Выравнивай объёмы работ. Для того, чтобы создать правильное бережливое производство и добиться улучшения качества обслуживания, нужно выровнять график производства, не всегда строго следуя порядку поступления заказов.
 - Останавливай производство, если того требует качество.
 - Стандартные задачи и делегирование полномочий сотрудникам – основа непрерывного совершенствования.
-

Принципы ведения бизнеса Toyota

- Используй визуальный контроль, чтобы ни одна проблема не осталась незамеченной.
 - Используй только надёжную, испытанную технологию.
 - Воспитывай лидеров, которые досконально знают своё дело, исповедуют философию компании и могут научить этому других.
 - Воспитывай незаурядных людей и формируй команды, исповедующие корпоративную философию.
 - Уважай своих партнёров и поставщиков, ставь перед ними трудные задачи и помогай совершенствоваться.
 - Хочешь разобраться в ситуации – посмотри на всё своими глазами.
 - Принимай решение не торопясь, взвесив все возможные варианты.
 - Сделай свою компанию обучающейся организацией за счёт неустанного анализа и непрерывного совершенствования.
-

Матрица структуры управления ИТ

| Решения Архетип | Принципы ИТ | Архитектура ИТ | Инфраструктура ИТ | Использование бизнес-приложений | Инвестиции в ИТ |
|------------------------|-------------|----------------|-------------------|---------------------------------|-----------------|
| | Решение | Решение | Решение | Решение | Решение |
| Империя бизнеса | | | | | |
| Империя ИТ | | | | | |
| Феодальное устройство | | | | | |
| Федеральное устройство | | | | | |
| Дуополия | | | | | |
| Анархия | | | | | |



Глобальная международная корпорация, продукция представлена в 170 странах по всему миру.



Устойчивые финансовые показатели и развитая система управления финансами. Доход компании в 2011 году \$231 млрд. что на 0.2% больше чем в 2010. Однако, чистая прибыль в 2011 году составила \$4.97 млрд., а в 2010 только \$2.3 млрд.



Превосходные позиции на ключевых рынках мира – США, Китай, ЕМЕА.



Сильный образ бренда, построенный на качестве, бережном отношении к окружающей среде и широком модельном ряде.



Крупнейший автопроизводитель в мире. Компания забрала лидерство у автогиганта General Motors, который занимал это место 76 лет.



Toyota владеет технологией производства лучшей, на сегодняшний день, гибридной силовой установки Hybrid Synergy Drive.

SWOT. Слабые стороны



Автопроизводитель из Японии рассматривается на ключевых рынках как импортер.



Концентрация объемов производства. Компания производит большинство автомобилей в Японии и США, в то время как конкуренты более удобно расположены по отношению к потенциальному потребителю в других странах.



Главный офис и большая часть производства расположены в сейсмически активной зоне.

ВОЗМОЖНОСТИ



Инновации. В первую очередь наращивание производства коммерческих гибридных автомобилей, основанное на продвинутых технологиях и возможностях собственного НИОКР.



Более агрессивное завоевание новых сегментов рынка.



Производство автомобилей которые будут вырабатывать большие мощности, при меньших затратах топлива и при этом слабее влиять на экологию.



Разработка автомобилей, четко соответствующих социальным и индустриальным нуждам в конкретном регионе.



Продолжение экспансии на развивающиеся рынки с растущим спросом, такие как Китай, Индия и Россия.

SWOT. Риски



Растущая конкуренция, интенсивные маркетинговые программы усиливают давление конкурентов.



Повышение фондовых индексов повлечет уменьшение прибыли и повышение стоимости расходных материалов.



Экономическая нестабильность в Европе и США повлечет снижение спроса на новые автомобили.



Демографические риски. Количество больших семей снижается, спрос на большие семейные автомобили упадет.



Бизнес стремится сократить число поездок, внедряя информационные технологии для коммуникации (телеконференции). Спрос на автомобили для бизнеса падает.



Растут цены на нефть и обслуживание автомобилей. Многие люди могут отказываться от приобретения автомобиля.

Спасибо за внимание!

**TOYOTA MOTOR
CORPORATION**

