

Движение к цели

Однажды я проходил тренинг, посвященный концепции Six Sigma (Шесть сигм), и в рамках этого тренинга у нас было интересное упражнение. Мы разделились на команды по пять человек, нам выдали клюшку и мяч для мини-гольфа и поставили задачу — так ударить по мячу клюшкой, чтобы он приземлился ровно на белую линию. При этом у каждого члена команды была лишь одна попытка в раунде, чтобы забить мяч, то есть мы чередовались после каждого удара. Если за раунд цель не была достигнута, начинался следующий раунд и т.д. Команда должна была совместными усилиями достичь цели с минимальным количеством попыток.

Сначала мы пытались попасть на линию «на глазок», и мяч упорно то перелетал через линию, то не докатывался до нее. Мы давали друг другу советы, насколько сильно надо ударять по мячу, но из-за разницы роста, веса, силы рук мы не могли воспользоваться чужим опытом. Разброс был по-прежнему большой, кривая Гаусса стремилась к плоскости.

Через некоторое время мы додумались выровнять силу удара, построив конструкцию из двух стульев и плечиков, к которым привязали клюшку, а также зафиксировав ограничитель размаха. Таким образом, все члены команды действовали в равных условиях. Результаты каждого удара мы стали записывать, измеряя расстояние от приземлившегося мяча до цели. С этого момента мы планомерно стали двигаться к заветной белой линии, после каждого удара и фиксации измерений внося улучшения в процесс. В итоге наша команда выиграла. Остальные пытались копировать наш метод, но отставали от нас на несколько шагов.

Так и в бизнесе. Мы можем приближаться к цели «на глазок», интуитивно внося изменения в свои процессы, и даже, возможно, этой цели достигнем. Вопрос только в том, насколько быстро это произойдет и ценой каких затрат. Не отстанем ли мы безнадежно от наших конкурентов, которые действуют иначе? Изменяя важные показатели в реперных точках и делая на основе анализа измерений определенные выводы, мы существенно ускорим свое движение к цели, причем достигнем ее с меньшими затратами.

О статистических методах, KPI и результативности систем менеджмента читайте в нашей сегодняшней рассылке.



Константин Тимошечкин

Руководитель департамента сертификации и интенсификации бизнеса по Восточной Европе компании SGS

Стоимость качества и другие KPI в менеджменте качества

Любая организация ставит перед собой определенные цели. Чтобы понимать, в том ли направлении она движется, оценивать скорость и степень достижения этих целей и предпринимать соответствующие меры, нужно регулярно проводить измерение различных показателей. Какие KPI используют компании для мониторинга результатов в области управления качеством? Приводим 10 показателей, которые могут быть полезны.



[Читать статью](#)

Результаты внедрения СМБПП

Принимая решение о внедрении системы менеджмента безопасности пищевой продукции (СМБПП), собственники и директора предприятий задаются вопросом: принесет ли внедрение системы менеджмента ощутимый эффект для бизнеса, или итогом будет просто красивый сертификат в рамке. Своим опытом оценки результативности систем управления пищевой безопасностью поделились представители крупных предприятий пищевой отрасли.



Нам это дает такие преимущества как, в том числе, повышение эффективности бизнеса.

Статистические методы управления качеством

Статистический анализ позволяет понять характер, степень и причины изменчивости. Цель исследования — помочь нивелировать ее последствия, способствуя повышению качества продукции, а также достижению удовлетворенности потребителя. О выборе конкретной методики в зависимости от особенностей организации и от ее целей читайте в нашей статье.



[Читать статью](#)

Подписаться на рассылку «Системный подход к менеджменту»

+7 495 775 46 20

ru.mkg@sgs.com

АО «СЖС Восток Лимитед» - Россия, 115432 - Москва

просп. Андропова 18 корп. 7

www.sgs.ru

