

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие. Феномен 6 sigma	7
1. Почему 6 sigma?	19
2. Дорога из желтого кирпича	47
3. Лучшее, оказывается, стоит дешевле	63
4. Бенчмаркинг : разберемся, кто на самом деле является лучшим	114
5. Кредо 6 sigma: компании изменяют то, что они измеряют	127
6. Демаскировка спрятанного предприятия	142
7. Стратегия прорыва	192
8. Измерение показателей по шкале 6 sigma	240
Опыт одной компании: как General Electric Воспользовалась 6sigma для проектирования продукта многомиллионной стоимостью	265
9. Реализация программы и последовательность ее развертывания	280
10. Участники 6 sigma: «чемпионы», мастера-«черные пояса», «черные пояса» и «зеленые пояса»	316
11. «Черные пояса» в программе 6 sigma	332
Опыт одной компании: путешествие AlliedSignal в страну 6 sigma	352
12. 6 sigma и отрасли услуг	377
13. Рекомендации по выбору проектов	391
14. Психология 6 sigma	418
15. Подготовка организации к 6 sigma	430

Программа 6 SiGMA — это новая концепция менеджмента, позволяющая резко повысить эффективность и прибыльность бизнеса.

Она подразумевает постоянное отслеживание абсолютно всех операций внутри бизнес-процесса. 6 Sigma основана на методах математической статистики и позволяет оценить, насколько тот или иной продукт или услуга свободны от дефектов и ошибок.

В оригинальном варианте, разработанном компанией Motorola, эта программа состоит из следующих основных этапов: выбор подлежащих контролю продуктов и услуг, оценка потребностей клиента, определение необходимых ресурсов для достижения установленного уровня качества, разработка бизнес-процессов, их оптимизация, устранение ошибок, негативно влияющих на качество, постоянный мониторинг и контроль.

Программа 6 Sigma абсолютно универсальна для любого сектора бизнеса: от гостиничной деятельности до производства авиационных двигателей.

