

льного виробництва всіх видів продукції, але й економічної (цінової) рівноваги між товаровиробниками, переробним комплексом і торгівельними організаціями. Цінове регулювання в умовах ринкового середовища – це важлива функція держави.

В інтересах зниження роздрібних цін на продовольчі товари необхідно розширити мережу фірменних магазинів як аграрних товаровиробників, так і переробного комплексу країни. Це потребує додаткових затрат на розширення виробничих площ для сховищ, торгівельних приміщень та сучасного холодильного господарства, але ці затрати окупляться за короткі терміни.

Висновки. Запровадження регульованих цін, що враховують не лише собівартість продукції, але й частину прибутку, є одним із головних напрямів піднесення економіки сільського господарства.

Заслугує практичного вирішення проблема оптимізації цін на матеріально – технічні ресурси (мінеральні добрива, нафтопродукти, окремі види технічних засобів), що споживаються в аграрному виробництві. Як кінцевий наслідок аграрної політики повинен бути паритет цінних пропорцій між містом і селом.

Необхідно також здійснити докорінне посилення мотивації праці в аграрному секторі. На етапі запровадження регульованих цін забезпечити підвищення номінальної заробітної плати аграрних працівників.

Економічний механізм регулювання в сільському господарстві забезпечить на перспективу динаміку зростання основних об'ємних та економічних показників: валової і товарної продукції, маси прибутку та рентабельності аграрного виробництва.

Джерела та література

1. Агропромисловий комплекс України: стан тенденції та перспективи розвитку (колектив авторів). – К.: ННЦ «ІАЕ», 2005. – 292 с.
2. Бабенко А.Г. Державне регулювання та підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору. – Проблема забезпечення дохідності агропромислового виробництва в Україні в постіндустріальний період. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2008. – с. 179 – 188.
3. Кириленко І.Г. Трансформація соціально – економічних перетворень у сільському господарстві України: проблеми, перспективи. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2005. – 452 с.
4. Могильний О.М. Регулювання аграрної сфери. – Ужгород, «ІВА», 2005.-400 с.
5. Посібник по формуванню ринкового середовища підприємств АПК. – К.: «ІАЕ», 1997. – 587 с.
6. Проблеми забезпечення дохідності агропромислового виробництва в Україні в постіндустріальний період (колектив авторів). – К.: ННЦ «ІАЕ», 2008. – 618 с.
7. Ринок сільськогосподарської техніки: проблеми становлення / Яковенко В.П., Білоусько Я.К., Підлісецький Г.М., Товстопят В.Л. і ін.. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2005. – 220 с.
8. Розвиток господарських формувань і організації виробництва в аграрній сфері АПК. – К.: УАНН, «ІАЕ», 1999. – 296 с.
9. Соціально – економічна модель постреформованого розвитку агропромислового виробництва в Україні. – К.: «ІАЕ», 2000. – 367 с.
10. Фінансові проблеми формування і розвитку аграрного ринку. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2007. – 582 с.
11. Формування ринків матеріальних ресурсів АПК / за ред. Підлісецького Г.М. – К.: «ІАЕ», 2001. – 428 с.

Бондаренко С.М., Федоренко Н.Є.

ОСНОВНІ ІДЕЇ КОНЦЕПЦІЇ «ШІСТЬ СИГМ» ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЗАДОВОЛЕНІСТЬ СПОЖИВАЧА ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВИРОБНИКА

Глобалізація та зростаюча міжнародна конкуренція радикально змінили підходи до ведення бізнесу в індустріально розвинених країнах світу. Конкурентне середовище спонукає виробників боротись за покупців і шукати шляхи задоволення їх потреб і очікувань та прагнути досягнення їх лояльності. Тому виробники використовують нові управлінські технології в бізнесі з метою підвищення якості, конкурентоспроможності продукції та більш повного задоволення вимог споживача. Серед таких управлінських технологій в останні роки все більшого поширення набуває концепція «шість сигм».

Постановка завдання

Концепція «шість сигм» є однією із найбільш потужних та ефективних управлінських технологій підвищення якості та конкурентоспроможності продукції, яка дає змогу досягати в бізнесі високих результатів. Концепція «шість сигм» досліджується в працях зарубіжних та вітчизняних авторів: Хаммера М., Чампи Дж., П. Панде, Л. Холла, Н. Єрла, Є. М. Векслера, В. Б. Захожай, О. І. Момота, Н. А. Янковського та ін.

Результати та їх обговорення

Шість сигм – це підхід до удосконалення бізнесу, мета якого знайти і усунути причини помилок або дефектів у бізнес-процесах шляхом зосередження на тих вихідних параметрах, які виявляються критично важливими для споживача [3 с. 254].

Концепція «шість сигм» – це філософія досконалості в бізнесі, де акцент зроблено на задоволення вимог споживача і на постійне удосконалення процесів, а також готовність приймати рішення на основі фактичних статистичних даних.

Буква грецького алфавіту «сигма» в статистиці означає середнє квадратичне (стандартне) відхилення індивідуальних значень ознаки в сукупності від деякого середнього значення. Середнє квадратичне відхилення – це корінь квадратний із дисперсії.

Сутність концепції «шість сигм» полягає у зниженні варіабельності процесів і стабілізації характеристик продукції. Показник допуску на деяку важливу характеристику продукції повинен мати природний розкид у процесі виробництва продукції в таких стійких межах, щоб він укладався в погоджені межі допуску 12 разів, що і складає « $\pm 6\sigma$ ».

Оснoвну ідею цього підходу влучно сформулювала компанія General Electric: «Наші споживачі чутливі до розкиду, а не до середнього значення» [1 с. 233]. Дійсно, споживача більше цікавлять не середні статистичні дані, а якість конкретного товару, який він придбав.

Особливостями концепції «шість сигм» є: широке застосування статистичних методів, спрямованість на задоволення потреб споживача, використання інженерних методів для досягнення відчутних результатів, орієнтація на кінцевий фінансовий результат.

На сьогоднішній день більшість компаній працюють на рівні якості, яке відповідає рівню трьох-чотирьох сигм. Цей показник говорить про достатньо велику кількість бракованих виробів серед випущених, що призводить до втрати до 25 відсотків від загальних доходів фірми (табл. 1). Тому підприємцям слід прагнути до кращого – до рівня п'яти, а в ідеалі – до рівня шести сигм, коли допускається лише три-чотири бракованих на мільйон випущених виробів.

Організації, що працюють по філософії «шість сигм», використовують два цикли – DMAIC і DMADV. На сьогоднішній день DMAIC використовується частіше і складається з п'яти кроків: визначення (*define*), вимірювання (*measure*), аналізу (*analyze*) вдосконалення (*improve*), контролю (*control*).

Таблиця 1. Взаємозалежність числа сигм, рівня якості та конкурентоспроможності

Число сигм	Кількість дефектів на мільйон можливостей	Втрати від неналежної якості у % від обсягу продажів	Рівень конкурентоспроможності
6	3,4	<10	Найвищий
5	233	10-15	Високий
4	6210	15-20	Середній
3	66807	20-30	Поганий
2	308537	30-40	Незадовільний
1	690000	>35	Банкрутство

Уперше підхід «шість сигм» впроваджено в компанії Motorola, далі її на Заході підтримали такі фірми як General Electric, Johnson end Johnson, American Express. В Росії дана концепція реалізована на «КрАЗ», «Ростар», «Иструм-Рэнд», «АВИСМА», «ВСМПО», «Рыбинские моторы» (НПО «Сатурн») та ін. В Україні лідером та першопрохідцем є ОАО «Концерн «Стирол» [7 с. 244].

Кваліфікація і залученість співробітників в проект «шість сигм» відображена в кольорах віртуальних поясів: чорних, зелених, жовтих. Лідери команд називаються «чорними поясами» і на міжнародному ринку в них велика репутація. До їх думки прислуховуються керівники компаній. Але для цього повноцінний «пояс» повинен пройти дуже серйозну багаторівневу теоретичну та практичну підготовку.

Висновки

Отже, якість шести сигм стає частиною корпоративної культури компаній всього світу. Поки на ринку є споживач, буде і продавець, який прагне до задоволення вимог споживача самим ефективним способом. Статистичні методи будуть ефективного допомагати продавцю в цьому. І тому концепція «шість сигм» веде до кращого задоволення потреб споживача та конкурентоспроможності і процвітання виробника.

Джерела та література

1. Векслер Е. М. Менеджмент якості. Навчальний посібник. / Векслер Е. М., Рифа В. М., Василевич Л. Ф. – К. : «ВД «Професіонал», 2008. – 320 с.
2. Захожай В.Б. Статистика якості. Підручник. / Захожай В.Б., Чорний А. Ю. – К.: МАУП, 2005. – 576 с.
3. Момот О. І. Менеджмент якості та елементи системи якості: Навчальний посібник. / Момот О. І. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 368 с.
4. Нойманн Эрл. Качество на уровне Шесть Сигма. / Нойманн Эрл, Хойсингтон Стивен Х. – Днепропетровск: Баланс – Клуб, 2004. – 440 с.
5. Панде Пит. Что такое «шесть сигм»? Революционный метод управления качеством. – М: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 157 с.
6. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. / Хаммер М., Чампи Дж. – СПб: Издательство С-Петербургского университета, 1997. – 332 с.
7. Янковский Н. А. Управление качеством в условиях международной конкуренции. Монография. / Янковский Н. А., Макогон Ю. В., Фомичева Н. В. – Донецк, 2007. – 339 с.