

Экономика и менеджмент СМИ

Лекция Бизнес- планирование

Вопросы

- 1) Значение бизнес-планирования
- 2) Понятие бизнес – плана
- 3) Структура бизнес – плана (примеры)
- 4) Содержание бизнес – плана (предприятие, отрасль, продукция)
- 5) Содержание бизнес – плана (рынок и производство)
- 6) Содержание бизнес – плана (финансы)
- 7) Диаграммы Ганта

Можно выделить три основные причины, почему мы должны планировать бизнес:

1. Сам процесс бизнес-планирования, включает обдумывание идеи, заставляет объективно, критически и беспристрастно взглянуть на предприятие во всей его полноте. План способствует предотвращению ошибок, дает возможность понять, для чего все это делается или будет делаться. Это хорошо проложенный маршрут, отражающий строгую очередность действий и приоритеты на пространстве ограниченных ресурсов. Это финансовый план (бюджет) в котором рассчитаны доходы и расходы от основной производственной, инвестиционной и финансовой деятельности.
2. Бизнес-планирование является тем рабочим инструментом, который при надлежащем использовании поможет эффективно принимать решения, контролировать и управлять предприятием, что в свою очередь является основой успеха. «То, что планируется, - делается», - говорил известный консультант по управлению Питер Дрюккер.
3. Законченный план бизнеса является средством для сообщения предпринимательских идей другим заинтересованным людям. Он производит благоприятное впечатление на людей, с которыми предполагается сотрудничать или уже делается бизнес, таких как: инвесторы, банки, совладельцы и служащие. Он в полной мере характеризует таланты и умения профессионального бизнесмена.

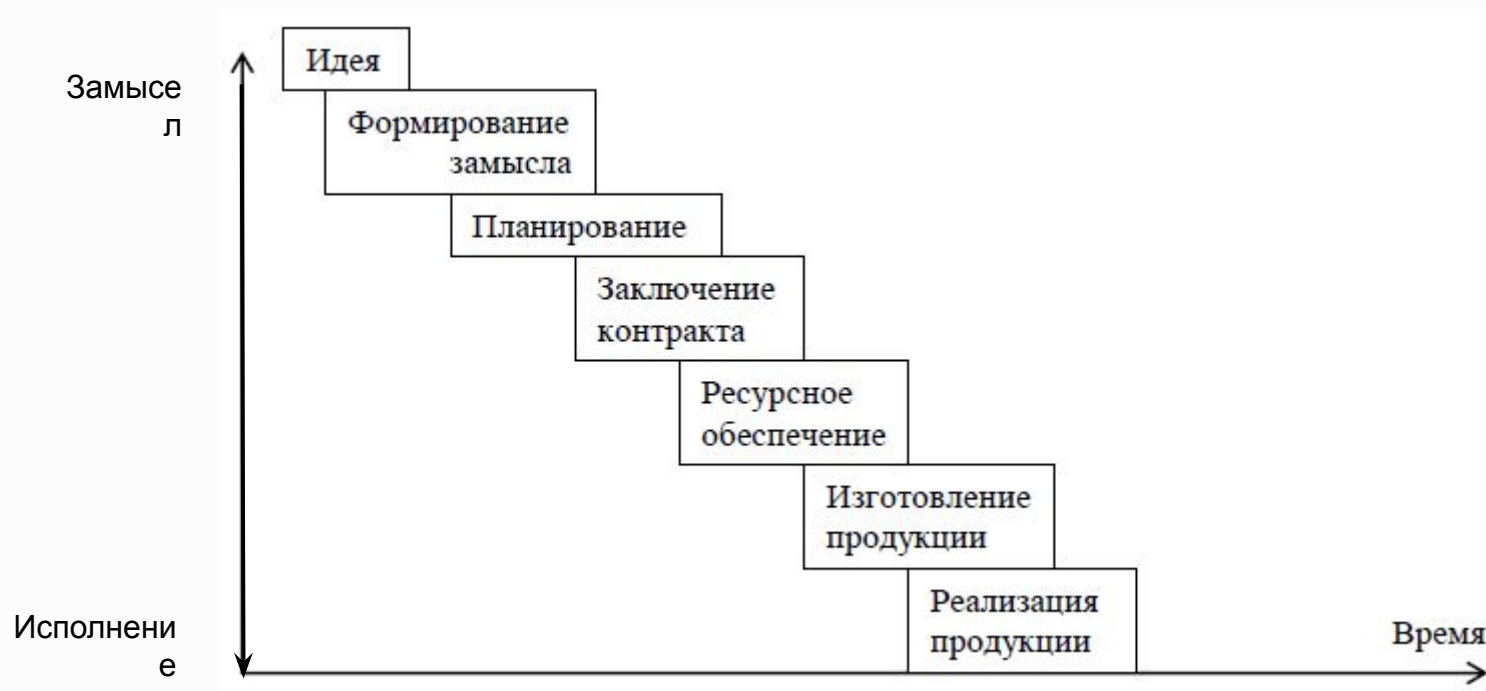


Рис. 1. Последовательность выполнения предпринимательского проекта

Планирование бизнеса – объективно необходимый процесс, залог снижения предпринимательского риска, способ реализации идеи, повышения эффективности производства и получения прибыли.

Следует отметить, что в развитой рыночной экономике бизнес-план используется не только в инвестиционных проектах, но и во всех сферах предпринимательства и является рабочим инструментом, позволяющим исследовать и оценить любое конкретное направление и перспективы деятельности предприятия или фирмы на определенном рынке в сложившихся организационно-экономических условиях.

Разработка бизнес-плана включает несколько этапов. Прежде чем приступить к созданию бизнес-плана, необходимо получить весь комплекс необходимой информации, чтобы определить сферу деятельности, состояние рынка, конкурентную среду, будущих партнеров и т. п.

В России выделяют четыре типа бизнес планов:

- внутренний бизнес-план;
- бизнес-план для получения кредитов, с целью пополнения текущих активов (оборотных средств);
- бизнес-план для привлечения инвесторов;
- бизнес-план финансового оздоровления.

Что такое бизнес-план?

Это развернутое обоснование проекта, дающее возможность всесторонне оценить эффективность принятых решений, планируемых мероприятий, ответить на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в данный проект.

Бизнес-план должен:

- во-первых, показать, что продукт или услуга найдут своего потребителя, установить емкость рынка сбыта и перспективы его развития;
- во-вторых, оценить затраты, необходимые для изготовления и сбыта продукции, предоставления на рынке работ или услуг;
- в-третьих, определить прибыльность будущего производства и показать его эффективность для предприятия (инвестора), для местного, регионального и государственного бюджета.

Процессы планирования и отдельные планы характеризуются содержанием, объемом и параметрами времени. При этом следует начать с желаемого выхода, т.е. со специфицированных планов, поскольку, таким образом, в значительной степени определяются сами процессы и требуемый выход.

С точки зрения содержания планы должны быть **проблемно-ориентированными**.

С точки зрения масштаба представления и степени детализации информации планы бывают **грубыми или детализированными**.

С точки зрения **временных параметров** (срочности) различают:

- краткосрочные планы (на один год и меньше);
- среднесрочные планы (на 3-5 лет);
- долгосрочные планы (на 5-10 и более лет).

При планировании **специальных объектов** (проектов) в качестве плановых периодов иногда выделяют:

- подготовительный период;
- эффективный период (период реализации).

Представление проекта не менее важная и ответственная задача, чем его разработка. Представляя бизнес-план проекта, вы фактически продаете свой проект как хороший, качественный продукт.

Рекомендуется при этом придерживаться следующих принципов:

- Не перегружайте текст; документ должен быть не более 25 – 30 страниц. Текст должен быть набран хорошо читаемым шрифтом, в качестве иллюстраций используйте таблицы, рисунки, схемы и графики.
- Продемонстрируйте обязательность и компетентность в процессе презентации, докажите, что Вы хорошо разбираетесь в проекте.
- Обозначьте перспективы развития предприятия.
- Будьте реалистичны, избегайте излишнего оптимизма.
- Обозначьте проблемы и факторы риска, а также поясните пути их решения.
- Конфиденциальная информация может быть опущена и представлена, в случае необходимости, дополнительным документом.

Для кого нужен бизнес-план



Для собственника

Бизнес-план позволяет составить глобальное представление о перспективах будущей компании, ее продукции и услугах, месте, которое она сможет занять на рынке



Для партнеров

Составив бизнес-план, вы с партнерами по бизнесу сможете более четко представлять сроки выхода на самоокупаемость компании, определить принципы распределения будущей прибыли



Для банка

Хорошо проработанный бизнес-план станет дополнительным преимуществом при рассмотрении решения о предоставлении кредита вашему предприятию



Для инвесторов

На основе бизнес-плана инвесторы принимают решение о том, стоит ли изучать вашу компанию на предмет вложения в нее дополнительных средств



БИЗНЕС-ПЛАН

	спрос	конкуренты	компания
Что прода- вать	Какие товары/услуги пользуются повышенным спросом	Какие товары/услуги производят конкуренты	Какие товары/услуги обладают наибольшей конкурентоспособностью
Кому прода- вать	Какие группы покупателей предъявляют устойчивый спрос	Как позиционированы товары/услуги конкурентов	На каких сегментах позиции компании более конкурентоспособны
Где прода- вать	Какие географические рынки растут быстрее всего	На каких географических рынках позиции конкурентов наименее сильны	На каких географических рынках компания может получить конкурентные преимущества
Как прода- вать	Какие каналы дистрибуции продукции приносят дополнительную ценность покупателям	Какие каналы сбыта используют конкуренты	Какие каналы сбыта могут создать дополнительные конкурентные преимущества

Структура бизнес-плана не имеет жестких границ. В зависимости от сферы деятельности, масштабов проекта, требований потенциального инвестора и других факторов структура и содержание бизнес-плана могут изменяться. Однако существуют основополагающие требования к содержанию, соблюдение которых принято при его составлении.

В общем случае содержание бизнес-плана должно включать проработку следующих разделов (пример1):

1. Общий раздел (резюме)
2. Описание предприятия
3. Описание отрасли
4. Описание продукция (работ, услуг)
5. Описание рынка
6. Описание производства
7. Управление и организация производства
8. Финансовый план
9. Прогноз финансовой и инвестиционной эффективности
10. Анализ чувствительности

В конце бизнес плана должно быть приложение.

Бизнес-план может включать такие составные части (пример 2):

- титульный лист – сведения о компании и ее бизнесе;
- цели и задачи предпринимательской сделки, основные параметры бизнес-плана, резюме;
- описание продуктов (услуг), предмета данной операции;
- анализ рынка сбыта, спроса, динамики продаж, состояния дел в отрасли;
- товарные рынки; конкурентов: оценку и выбор конкурентной стратегии;
- схему организации работ, план производства;
- план маркетинга объекта бизнес-плана;
- ресурсное (в первую очередь финансовое) обеспечение бизнес-операции;
- оценку эффективности сделки;
- план, схему дальнейшего проведения данной операции или развивающих ее операций.

Составляющие бизнес-плана

- ✓ Титульный лист
- ✓ Резюме
- ✓ Описание компании
- ✓ Анализ отрасли и тенденций ее развития
- ✓ Целевой рынок
- ✓ Конкуренция
- ✓ Маркетинговый план и стратегия продаж
- ✓ Операционная деятельность
- ✓ Технологический план
- ✓ Организационный план
- ✓ Социальная и экологическая ответственность
- ✓ Развитие, основные вехи и условия выхода из бизнеса
- ✓ Финансовый план
- ✓ Приложения к бизнес-плану

Основные моменты общего раздела:

- краткая характеристика предприятия: когда организовано, для каких целей; права собственности на землю и здания, форма собственности, организационно-правовая форма;
- цель инвестиционного проекта: основные моменты будущего производства; характеристика услуг по выпуску продукции, основные отличия от услуг аналогичного рода, оказываемых другими предприятиями;
- предполагаемый объем производства в натуральных единицах и объем реализации в денежном выражении;
- возможности и способы реализации проекта: основные потребители, потенциальные клиенты;
- объемы затрат на производство;
- себестоимость единицы продукции;
- цена единицы продукции;
- возможные источники финансирования: кредиты, доленое участие;
- предполагаемые объемы финансирования (сроки получения, суммы, сроки погашения обязательств);
- на что будут израсходованы полученные инвестиции;
- предполагаемая эффективность проекта: срок окупаемости, прибыльность, чистый приведенный доход и т.д.

Описание предприятия

Следует указать:

- когда предприятие создано, для какой цели, т.е. для выпуска какой продукции;
- форма собственности на землю и здание, организационно-правовая форма;
- где предприятие расположено: в крупном городе или районе, какой регион обслуживает;
- в каком здании размещается производство: приспособленном, ветхом, новом; площадь помещений и участка;
- тип производства, характер выпускаемой продукции;
- производственная мощность, уровень ее использования;
- численность работников, их квалификация;
- основные заказчики; имеет ли предприятие стабильных клиентов, соотношение крупных и мелких заказчиков по числу и объему заказов;
- основные поставщики материалов.

Описание отрасли

Описание отрасли должно включать в себя следующую информацию:

- определение экономического сектора отрасли (производство, услуги и т.п.);
- перечень основной продукции и услуг, предлагаемых предприятиями данной отрасли промышленности;
- влияние сезонности на объем реализации;
- географическое положение отраслевого рынка (локальный, региональный, национальный, международный);
- описание сегмента рынка, на котором работает или предполагает работать предприятие;
- характеристика имеющихся основных клиентов;
- характеристика потенциальных клиентов;
- наиболее перспективные клиенты (указать в порядке убывания спроса на продукцию и услуги);
- общий объем продаж по отрасли и тенденции изменения рынка;
- перечень основных конкурентов;
- доля рынка, принадлежащая конкурентам;
- слабые и сильные стороны конкурентов;
- возможности конкурентов: их тактика, продукция, цены, рекламный пакет, имидж, местонахождение, персональные продажи, связи с отдельными людьми и организациями.

Описание продукции (работ, услуг)

Цель настоящего раздела - показать потенциальному инвестору конкурентоспособность проектируемой продукции, которая обеспечивается инвестиционными мероприятиями (модернизацией производства).

Конкурентные преимущества могут быть достигнуты различными путями, например:

- выпуск высококачественной продукции с высокими потребительскими свойствами, обосновывающими высокие цены;
- выпуск дешевой продукции с более низкими потребительскими свойствами, но доступных широкому кругу потребителей;
- выпуск продукции с различными вариантами оформления;
- выпуск уникальных продукции, рассчитанных на узкий круг потребителей с достаточно высокими доходами;
- оперативный выпуск продукции в очень короткие сроки.

Авторы инвестиционного проекта в зависимости от поставленных целей идут по определенному пути обеспечения конкурентоспособности продукции.

Целесообразно приложить к описанию фотографии образцов продукции.

Кроме собственно описания продукта, необходимо подчеркнуть его преимущества по сравнению с другими аналогичными продуктами предприятий-конкурентов. Желательно представить сведения в виде таблицы.

Описание рынка

Материалы данного раздела должны убедить потенциального инвестора, что определенные виды продукции, предлагаемые предприятием, найдут своего потребителя.

Для этого разработчикам бизнес-плана необходимо:

- дать характеристику региона, в котором оно предлагает или планирует свои услуги (количество городов, поселков и деревень; численность населения по возрастному и социальному составу; количество предприятий, фирм, организаций, учреждений социально-культурного назначения и отрасли, в которых они работают; количество предприятий и виды выпускаемых ими продукции; характеристика транспортных связей и т.д.);
- указать основных конкурентов, которые оказывают клиентам аналогичные услуги, производят такую же продукцию в том же регионе;
- отметить конкурентоспособность планируемой к выпуску продукции, т.е. подчеркнуть преимущества проектируемых услуг по сравнению с имеющейся на рынке подобной продукцией;
- охарактеризовать основных потребителей продукции, обосновать, почему выпуск именно данной продукции привлечет заказчиков;
- перечислить потенциальных клиентов, имеются ли предварительные договоренности (протоколы о намерениях) с заказчиками или покупателями;
- оценить реальный и потенциальный объем сбыта в начальный период и на перспективу, указать объем продукции, на который предприятие с определенной степенью гарантии может получить заказы в своем регионе;
- указать прогнозные цены (политику ценообразования) и схемы платежей (оплата по факту, по предварительной оплате, по продаже продукции в кредит т.д.).

Кроме того, рекомендуется показать потенциальному инвестору те мероприятия, которые планируется провести для продвижения услуг и продукции на рынок:

- реклама услуг и каналы ее доставки до потенциальных потребителей (печатные издания, прямая рассылка прайс-листов, радио, телевидение и т.п.) и в каком объеме планируется рекламная деятельность предприятия;
- методы стимулирования продаж: система скидок, льгот и т.п.;
- сервис: техническое обслуживание, обеспечение запчастями и другими материалами, качество упаковки, способ доставки.

Описание производства

Здесь рекомендуется отметить:

- возможность использования в инвестиционном проекте существующей технологии с точки зрения ее прогрессивности;
- перечислить действующее основное технологическое оборудование с указанием его возраста; показать возможность его использования или продажи с учетом обеспечения необходимых параметров качества продукции.

Далее приводится характеристика проектируемого технологического процесса:

- излагается суть технологических аспектов инвестиционного мероприятия, технологическая схема производственного процесса;
- перечисляются изменения в процессе производства, требуемые для реализации проекта;
- приводится перечень и характеристики оборудования, которое необходимо закупить для достижения поставленных задач;
- поясняется, каким образом новое оборудование будет размещено на имеющихся площадях или же необходимы перепланировки, расширение;
- перечисляется оборудование, которое будет ликвидировано или продано (с указанием цены реализации);
- определяется объем выпуска продукции (мощность предприятия), который будет достигнут в результате инвестиционных мероприятий, обосновывается его величина;
- рассчитываются потребности в основных материалах;
- рассчитываются потребности в ресурсах (электроэнергия, тепло, вода);
- определяется численность персонала с указанием квалификационных характеристик.

Отдельно рекомендуется остановиться на факторах, гарантирующих бесперебойную работу предприятия:

- откуда и как поступают материалы и комплектующие;
- на каких условиях закупаются (в кредит или по предоплате) материалы;
- устойчивы ли связи с поставщиками материалов;
- каким транспортом доставляются материалы, наличие подъездных путей;
- как обеспечивается отгрузка и реализация готовой продукции, какие санкции предусматриваются за нарушение сроков вывоза продукции.

В заключении определяется себестоимость производства и затрат на реализацию продукции, рассчитываются затраты на производство всего объема товара и на единицу продукции.

Управление и организация производства

При составлении этого раздела бизнес-плана необходимо, чтобы руководители предприятия четко представляли себе структуру (схему) управления будущим производством.

Для этого необходимо:

- представить сведения о тех лицах, которым предстоит сыграть ведущую роль в развитии предприятия;
- представить схему организационной структуры, показывающую связи и разделение ответственности должностных лиц;
- указать, насколько предприятие обеспечено кадрами соответствующей квалификации, как будет организовано их обучение;
- представить систему мотивации оплаты труда и материального стимулирования.

Из организационной схемы предприятия, должно быть четко видно: кто и чем будет заниматься, как все службы будут взаимодействовать и как их деятельность намечается координировать и контролировать

Финансовый план

Цель раздела - рассчитать ожидаемые финансовые результаты деятельности (бюджет) проектируемого предприятия, который является важнейшим критерием оценки проекта для инвестирования.

Ознакомление с финансовым планом должно показать потенциальному инвестору, на какую прибыль, он может рассчитывать и какова способность заемщика обслуживать долг.

Ниже показаны основные документы финансового плана и их структуры, принятые в международной и отечественной практике:

1. План (прогноз) прибылей и убытков
2. План (прогноз) движения денежных средств
3. План (прогноз) балансов.

Цель составления Плана прибылей и убытков – в общей форме представить результаты производственной деятельности предприятия с точки зрения прибыльности. Этот расчет обычно состоит из следующих разделов: реализация, себестоимость реализованной продукции или услуг, операционные затраты и получаемые (до уплаты налогов) прибыли или убытки

Прогноз финансовых коэффициентов и инвестиционной эффективности

В дополнение к основным плановым документам прилагаются анализ спланированной финансовой деятельности (анализ финансовых коэффициентов) и прогноз показателей эффективности инвестиций в проект.

Цель финансового анализа – оценка запланированной финансовой деятельности предприятия на среднесрочную или долгосрочную перспективу.

Показатели **платежеспособности и ликвидности** показывают, какая будет способность предприятия погашать краткосрочную задолженность.

Показатели **деловой активности** дают представление о том, насколько эффективно руководство предприятия будет использовать активы, которые находятся в их распоряжении.

Показатели **финансовой устойчивости** дают возможность, оценить какова будет степень долговой зависимости предприятия, и позволяют сделать выводы о стабильности и способности привлечь дополнительный капитал.

Показатели **рентабельности** показывают ожидаемую эффективность деятельности предприятия, и какие будут получены доходы от реализации данного проекта.

Прибыль — это показатель эффективности, а не реальные деньги. Оставаясь по существу превышением над затратами, величина прибыли может сильно меняться в зависимости от того, что разрешается включать в состав затрат соответствующими нормативными актами. Состав доходов и расходов и порядок их учета регулируется законодательно. В нашей стране порядок расчета прибыли регулируется Правилами бухгалтерского учета и отражен в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках». Расчет прибыли осуществляется по следующему алгоритму.

Валовая выручка (выручка от реализации, прочая выручка)

– НДС, акцизы, прочие аналогичные платежи

= Чистая выручка, нетто-выручка

– Производственные издержки (переменные издержки, затраты на производство данной продукции)

= Сумма покрытия (доход, маржинальный доход)

– Постоянные издержки (амортизация, реализационные, внереализационные, административные расходы)

= Общая прибыль (валовая, балансовая)

– Проценты за кредит, рентные платежи

= Прибыль до выплаты налогов (налогооблагаемая прибыль)

– Налог на прибыль

= Чистая прибыль (прибыль после выплаты налогов)

– Дивиденды акционерам

= Нераспределенная прибыль

Анализ чувствительности

Цель анализа чувствительности – определение степени влияния изменения факторов на финансовый результат проекта.

В рыночной экономике в качестве факторов оказывающих наибольшую степень влияния на интегральные показатели эффективности инвестиционных затрат, выступают:

- физический объем продаж продукции или услуг (количество продаж в натуральных единицах измерения);
- цена на реализуемую продукцию (работы и услуги);
- стоимость прямых затрат на производственные издержки (цены за закупаемое сырье, материалы, комплектующие, тарифы на сдельную заработную, энергию и т.д.);
- величина условно-постоянных затрат на управление, производство, маркетинг или коммерческих затрат (оплата аренды, заработная плата штатных сотрудников, платежи за установленную мощность – электроэнергию, затраты на обслуживание и ремонт основного технологического и вспомогательного оборудования, услуги связи, реклама и т.д.);
- размер инвестиционных затрат: на покупку оборудования, на строительство (ремонт) складов для материалов и готовой продукции; на реконструкцию основных производственных и вспомогательных площадей;
- стоимость заемного капитала (% за кредит);
- и ряд других факторов (инфляция, налоги, задержки платежей).

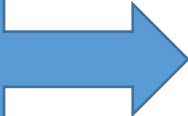
7. Диаграмма Ганта

План-график деятельности предполагает формирование последовательности отдельных, частично зависимых и взаимосвязанных действий (задач), выражаемых графическим образом с учетом диапазонов времени на их выполнение. Такой план-график носит название диаграммы Ганта.

Гант был не первым, кто предложил фиксировать и планировать результат работы проекта в виде последовательных столбиков. До него это сделал польский ученый Кароль Адамецкий, когда анализировал работу прокатного станка.

Задача Адамецкого заключалась в «гармонизации» процессов тяжелого машиностроения, а его графики назывались «гармонограммы». Адамецкий даже изобрел специальный прибор — «гармонограф», своеобразный аналог современных проджект-менеджмент систем. Этот прибор позволял вносить коррективы в таблицы без необходимости их переписывать заново.

Содержание
диаграммы
Ганта



Самое простое определение диаграммы Ганта — это визуальное отображение списка задач на отрезке времени.

По **оси X** **отображается время**, а по **оси Y** — **задачи**, которые нужно выполнить.

Главная сила диаграммы Ганта — в ее универсальности. Она подойдет как для создания плана закупки продуктов на шашлыки, так и для разработки концепции транснационального проекта. Главный вопрос — насколько детально вы хотите прописывать процессы и задачи. *Диаграмма Ганта позволяет увидеть проект со стороны и оценить объем и сроки задач, которые нужно выполнить. Чем больше будет задач и подзадач, тем хуже будет работать визуализация*

Несмотря на кажущуюся примитивность, для создания грамотной диаграммы Ганта с нуля нужно придерживаться определенных правил. Нужно знать в чем суть проекта, понимать каких промежуточных вех необходимо добиться и знать, какие операции для этого нужно выполнить.

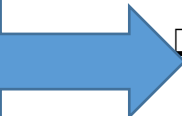
Повысить производительность рабочих процессов, сделать их эффективнее и обеспечить выполнение любых задач точно в срок – именно в этом помогут диаграммы Ганта.

Диаграмма или график Ганта – это один из видов горизонтальных диаграмм, которые применяются в качестве эффективного инструмента планирования. Как уже говорилось, принято считать, что ее автором стал американский инженер Генри Л. Гант. Первый формат такой диаграммы Гант разработал в 1910 г.

Итак, общий вид диаграммы Ганта – это обычный график, состоящий из горизонтальных полос, которые ориентированы между двумя осями:

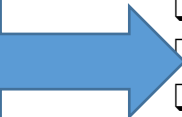
- ☐ Вертикальная представляет собой список задач. Каждая полоса – это отдельный процесс, часть проекта. Последовательное расположение позволяет помнить о всех процессах и отслеживать сроки их реализации.
 - ☐ Горизонтальная – временные даты. На графике можно увидеть момент начала и окончания работы, ее общую продолжительность.
- График Ганта может также отражать процентный показатель завершения работ, совокупные процессы и способы их объединения, содержать метки или вехи ключевых моментов. На многих таблицах указывают и ответственных за каждую задачу.

В чем
преимущества
диаграммы
Ганта



- ❑ Визуализация обеспечивает четкое понимание того, в какой стадии находится проект, сколько времени осталось на выполнение задач, где расположены критические точки.
- ❑ Графики позволяют оптимизировать процесс планирования и распределения задач между сотрудниками.
- ❑ Это хороший инструмент презентации, который помогает наглядно продемонстрировать приоритетные задачи проекта.
- ❑ Составление диаграмм не требует специальных знаний – их можно составить от руки или воспользоваться специальными приложениями, среди которых есть и бесплатные.
- ❑ Gantt Chart обеспечивает контроль любых проектов в одном пространстве, что очень удобно для отдельных менеджеров и команды в целом.

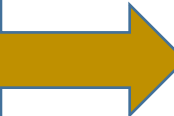
Будет
применима в
сферах



- ❑ строительстве;
- ❑ архитектуре;
- ❑ маркетинге;
- ❑ страховании,
- ❑ финансах;
- ❑ здравоохранении;
- ❑ образовании;
- ❑ телекоммуникациях.

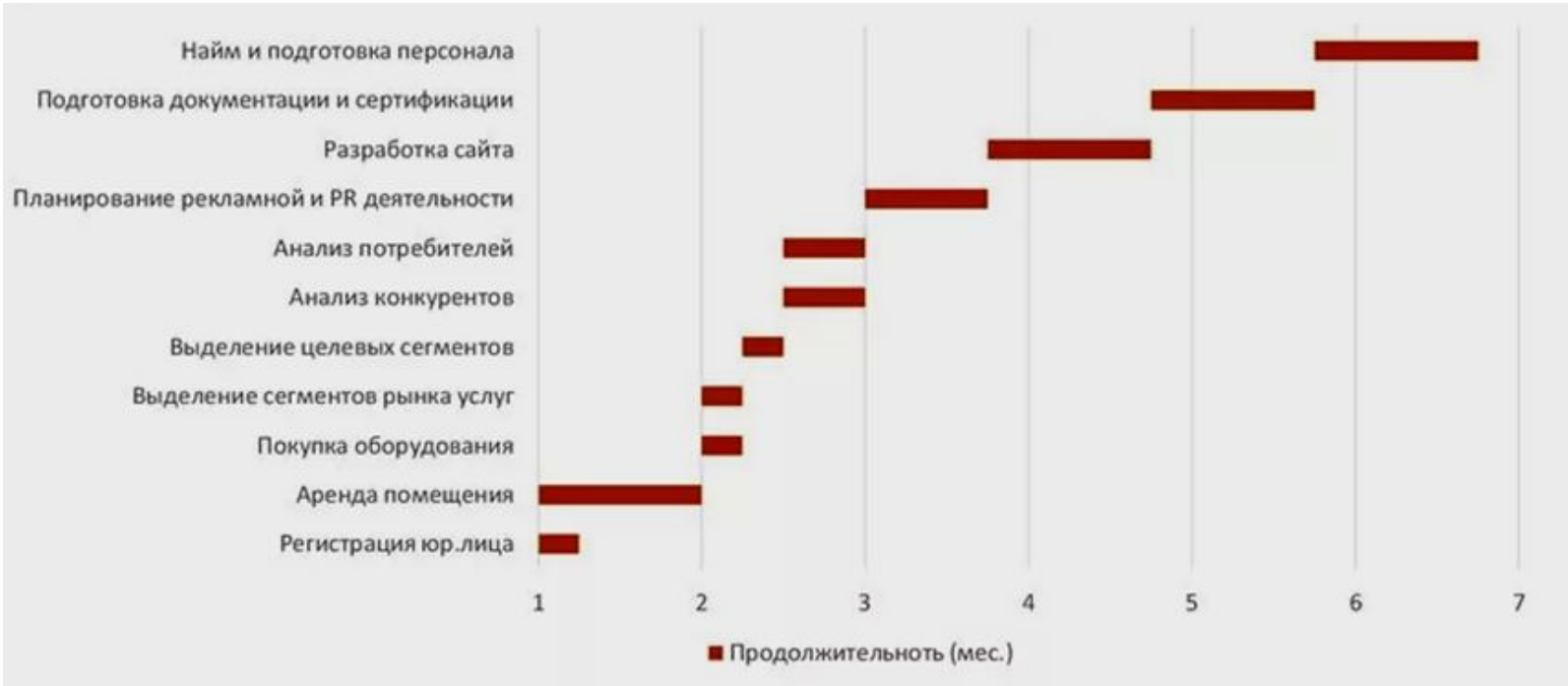
7. Диаграмма Ганта

Для
составления
графика



- ❑ Составить перечень целей и задач, которые требуют решения в ходе выполнения проекта.
- ❑ Определить не только конечные, но и промежуточные результаты.
- ❑ Обозначить временные и качественные характеристики для каждого элемента диаграммы.
- ❑ Создать при необходимости лист-дополнение к диаграмме – в нем должны содержаться технические задания к выполнению работ, а также критерии, по которым готовый продукт будет принят.
- ❑ Внести для начала все данные в стандартную пронумерованную таблицу – это позволит понять, достаточно ли у вас данных для построения графика.

Горизонтальные графики применяются там, где есть возможность визуализировать работу и разделить ее на отдельные этапы. Хорошее условия применения – не очень долгосрочный проект с ограниченным списком задач, оптимальное количество исполнителей на один проект – не больше 10-12 человек.



На диаграмме видны не только сами задачи, но и их последовательность. Это позволяет ни о чём не забыть и делать всё своевременно.

Диаграмма Ганта помогает в бизнесе. Исполнитель точно знает, что, за чем и когда нужно сделать, его начальник контролирует сроки, а клиент спокоен, если видит, на каком этапе находится процесс.

Пригодится инструмент и для презентации проекта. Заказчик или начальник увидит объём и сроки работ и поймёт, почему дизайн сайта, например, делается три месяца, а не неделю.

Для этого нужны три типа данных: название задачи, дата начала и длительность или прогнозируемая дата окончания задачи. Учитывайте сроки, ресурсы и бюджет проекта, чтобы указать реалистичную дату окончания.

Диаграмма Ганта представляет собой горизонтальные полосы, расположенные между двумя осями:

Вертикальная. Это список задач.

Горизонтальная. Это временная шкала проекта.

Каждая полоса обозначает проект, задачу или подзадачу, которые нужно выполнить в определенный срок. График построен в хронологическом порядке, что помогает отслеживать дедлайны и последовательность выполнения задач. По вертикали отображены запланированные задачи, а с помощью горизонтальной временной оси можно узнать длительность каждой из них. Время от начала первой задачи до завершения последней — продолжительность всего проекта. Каждая из задач назначается одному или нескольким исполнителям. Также работники и все, у кого есть доступ к документу, в любой момент могут посмотреть, кто и над какой задачей работает, на какой стадии находится проект.

При построении диаграммы Ганта для команды важно следить, чтобы задачи одного исполнителя не попадали на одинаковые даты. Это позволит избежать переработки некоторых членов команды и поможет равномерно распределить нагрузку среди работников.

Каждый из участников проекта может в любое время проверить статус и приоритет задачи, а также увидеть ее исполнителей.

Отслеживая загрузку команды, можно избежать переработок и оптимально распределить задачи среди коллег.

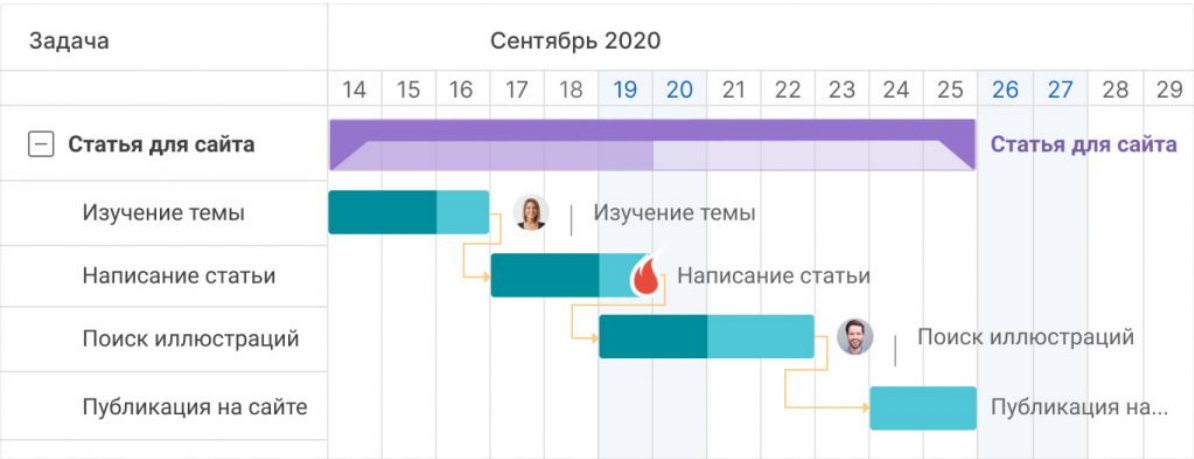
С помощью диаграммы Ганта можно создавать зависимости между задачами на стадии планирования и в ходе реализации проекта. Это поможет помнить, что начало или окончание конкретной задачи зависит от ее связей с другими задачами.

Преимущества диаграммы Ганта:

- Формирует поэтапное планирование проектов.
- Облегчает контроль сроков в режиме реального времени.
- Помогает избежать частых переносов и срывов дедлайнов.
- Улучшает командное взаимодействие.
- Помогает командам эффективно взаимодействовать на проекте.
- Представляет единый источник информации.
- Дает визуализацию проектов и задач.
- Диаграмма дает менеджерам и членам команды наглядное представление о ходе проекта, его статусе, исполнителях и сроках.
- Позволяет членам команды, инвесторам, клиентам и другим заинтересованным сторонам быть в курсе всех изменений.

Недостатки диаграммы Ганта:

- Постоянные обновления и изменения усложняют работу с диаграммами Ганта в офлайне.
- Всегда есть риск упустить важную деталь, которая спровоцирует ошибки в работе команды. Однако диаграммы Ганта онлайн помогают предотвратить такое развитие событий.
- Большое количество проектов, запущенных одновременно, а также многоуровневые проекты могут усложнить работу с диаграммами Ганта.
- Времызатратность на создание и настройку диаграммы.
- Даже при использовании шаблона наверняка понадобятся коррективы. Но временные затраты в начале планирования позволяют создать проект с высокими шансами на успешное завершение.



Спасибо за внимание!