

12+

A.v. Pryadko

Master of Business Administration

Вводный курс

A. Pryadko
Master of Business
Administration. Вводный курс

<https://litres.ru/74286104>

ISBN 9785007076029

Аннотация

Master of Business Administration offers a comprehensive overview of the core disciplines essential for modern business leadership. This book covers key areas of MBA studies, including finance, marketing, operations, strategy, and human resources. Designed for aspiring managers and business professionals, it provides a solid foundation for understanding complex business environments and making informed, strategic decisions.

Содержание

Введение	5
Кому подходит МВА	6
Из чего состоит курс	7
Стратегический менеджмент	9
Стратегический менеджмент	9
Ключевые элементы стратегического менеджмента	9
Принципы стратегического менеджмента	10
Инструменты стратегического менеджмента	11
Примеры применения стратегического менеджмента	19
Примеры конкурентных стратегий	20
Управление изменениями в стратегическом менеджменте	21
Основные задачи управления изменениями	21
Типы изменений	22
Модели управления изменениями	22
Процесс управления изменениями	31
Инструменты	32
Конец ознакомительного фрагмента.	36

Master of Business Administration Вводный курс

A. V. Pryadko

© A. V. Pryadko, 2026

ISBN 978-5-0070-7602-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Мастер делового администрирования (МВА, от англ. Master of Business Administration) — это программа после-дипломного образования, предназначенная для подготовки управленцев и руководителей, способных эффективно управлять бизнесом и принимать стратегические решения. Обучение по программе МВА даёт системные знания в области менеджмента, финансов, маркетинга, управления проектами, работы с персоналом, экономики и других ключевых аспектов ведения бизнеса.

Кому подходит МВА

Руководителям с опытом работы (обычно не менее 2—3 лет), желающим выйти на новый уровень управления. Предпринимателям, стремящимся структурировать знания и развить бизнес. Специалистам, планирующим переход на управленческие позиции.

Из чего состоит курс

Курс Master of Business Administration (MBA) включает в себя комплекс дисциплин и форматов обучения, направленных на подготовку управленцев и руководителей для эффективного ведения бизнеса. Программы MBA отличаются по специализациям и длительности, но есть ряд обязательных блоков, которые встречаются практически в каждом курсе.

— Стратегический менеджмент

Разработка и реализация стратегий развития компании, анализ конкурентной среды.

— Финансы и бухгалтерский учёт

Управление финансами, бюджетирование, инвестиционный анализ, финансовая отчётность.

— Маркетинг

Современные инструменты маркетинга, брендинг, исследование рынка, продвижение продукта.

— Управление персоналом

Мотивация, развитие команды, корпоративная культура, HR-технологии.

— Операционный менеджмент

Организация бизнес-процессов, управление производством, логистика.

— Управление проектами

Методы планирования и реализации проектов, управле-

ние рисками.

— Экономика бизнеса

Макро- и микроэкономика, анализ внешней среды, экономические тренды.

— Лидерство и переговоры

Развитие лидерских качеств, техники ведения переговоров, управление конфликтами.

— Предпринимательство

Создание и развитие собственного бизнеса, инновации, стартапы.

— Этика и корпоративное управление

Ответственность бизнеса, корпоративные стандарты, комплаенс.

Стратегический менеджмент

Стратегический менеджмент

Стратегический менеджмент — это процесс управления ресурсами организации для достижения её долгосрочных целей и задач. Он включает в себя анализ внешней и внутренней среды, формулирование стратегии, её реализацию, а также контроль и корректировку по ходу выполнения. Основная цель стратегического менеджмента — обеспечить устойчивое развитие компании и её конкурентоспособность в условиях изменяющейся рыночной среды.

Ключевые элементы стратегического менеджмента

Анализ среды

Внешний анализ: изучение политических, экономических, социальных и технологических факторов, влияющих на организацию (например, PESTEL-анализ).

Внутренний анализ: оценка ресурсов, навыков сотрудников и организационной структуры (например, SWOT-анализ).

Позиционирование

Формулирование миссии и целей компании, которые помогают выделиться на рынке и привлечь клиентов и сотрудников.

Выработка стратегии

На основе анализа разрабатывается стратегия, определяющая, как компания будет достигать своих целей. Это включает выбор необходимых ресурсов и технологий.

Реализация стратегии

Внедрение разработанной стратегии в практику, включая распределение задач и ресурсов.

Мониторинг и контроль

Оценка результатов реализации стратегии и внесение необходимых корректировок

Принципы стратегического менеджмента

Перспективность: стратегия разрабатывается на долгосрочную перспективу (обычно 3—5 лет).

Системность: все элементы стратегии должны быть взаимосвязаны и учитывать влияние различных факторов.

Реализуемость: цели должны быть амбициозными, но достижимыми.

Итеративность: долгосрочные цели разбиваются на этапы с регулярным мониторингом.

Комплексность: полный анализ работы компании для выявления проблемных зон и рисков.

Инструменты стратегического менеджмента

SWOT-анализ: выявление сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.

SWOT-анализ — это метод стратегического планирования, который позволяет компаниям и проектам оценить своё текущее положение на рынке, выявить внутренние сильные и слабые стороны, а также определить внешние возможности и угрозы. Этот инструмент широко используется для принятия управленческих решений, разработки стратегий развития и минимизации рисков.

Как проводится SWOT-анализ

Определение цели анализа

Например: выход на новый рынок, запуск продукта, повышение конкурентоспособности.

Сбор информации

Анализ внутренней среды (финансы, персонал, процессы). Анализ внешней среды (рынок, конкуренты, законода-

тельство).

Формирование матрицы SWOT

Все выявленные факторы заносятся в таблицу для наглядности.

Анализ и интерпретация

Сопоставление сильных сторон с возможностями, а слабых — с угрозами.

Разработка стратегии

На основе анализа формулируются конкретные действия: как использовать преимущества, устранить недостатки, реализовать возможности и нейтрализовать угрозы.

Практические советы

Привлекайте к анализу сотрудников из разных отделов. Используйте только конкретные факты, избегайте общих фраз. Регулярно обновляйте анализ — рынок и компания меняются. SWOT-анализ — это только первый шаг, важно разработать план действий по его итогам.

SWOT-анализ — мощный инструмент для стратегического управления, который помогает компаниям объективно оценить себя и окружающую среду, чтобы принимать взвешенные решения и двигаться к успеху.

Гар-анализ: сравнение текущего состояния компании с желаемым для выявления пробелов.

Гар-анализ (или анализ разрывов) — это метод стратегического планирования, который позволяет выявить разницу

между текущим состоянием компании и её желаемыми целями. Этот инструмент помогает определить, какие именно аспекты бизнеса требуют улучшения для достижения поставленных задач.

Основные этапы проведения Гар-анализа

Определение текущего состояния

Сбор данных о текущих показателях компании, включая финансовые результаты, уровень продаж, удовлетворённость клиентов и другие ключевые метрики.

Определение желаемого состояния

Постановка чётких и измеримых целей, которые компания хочет достичь. Например, увеличение доли рынка, повышение прибыли или улучшение качества обслуживания.

Выявление разрыва

Сравнение текущего состояния с желаемым и определение конкретных областей, где существуют расхождения. Это может быть как количественная, так и качественная оценка.

Анализ причин разрыва

Исследование факторов, вызывающих расхождения. Это может включать внутренние проблемы (например, недостаток ресурсов) и внешние факторы (например, изменения на рынке).

Разработка стратегий устранения разрыва

Предложение вариантов действий для устранения выявленных разрывов, включая оценку необходимых ресурсов и выбор наиболее эффективных стратегий.

Создание плана действий

Разработка детального плана с промежуточными целями, контрольными точками и назначением ответственных лиц.

Реализация и мониторинг

Внедрение разработанных стратегий и регулярный мониторинг результатов для корректировки действий при необходимости.

Типы Гар-анализа

Стратегический — анализ разрывов между текущей стратегией и желаемыми бизнес-целями.

Финансовый — анализ разницы между целевыми и текущими финансовыми показателями.

Маркетинговый — выявление разрывов в позиционировании и продвижении на рынке.

Операционный — определение несоответствий в бизнес-процессах и показателях эффективности.

Персональный — анализ разрывов между текущими навыками и теми, которые необходимы для достижения личных целей.

Пример Гар-анализа

Текущее состояние: Конверсия на сайте составляет 0,5%. Желаемое состояние: Конверсия должна быть не менее 5%. Разрыв: 4,5% — необходимо выяснить причины низкой конверсии (например, сложная форма подписки) и разработать план по её улучшению

Пять сил Портера: анализ конкурентных сил в отрасли.

Пять сил Портера — это стратегический инструмент, разработанный Майклом Портером для анализа конкурентных сил в отрасли. Он помогает компаниям понять, какие факторы влияют на их прибыль и конкурентоспособность, а также выявить угрозы и возможности на рынке.

Основные силы Портера

Власть поставщиков

Способность поставщиков диктовать условия (цены, сроки), если их мало или они уникальны.

Власть покупателей

Влияние клиентов на компанию: чем больше выбор, тем сильнее покупатели могут требовать скидки и сервис.

Конкурентная борьба

Уровень соперничества между существующими игроками на рынке. Чем больше конкурентов, тем выше давление.

Угроза новых игроков

Вероятность появления новых компаний в отрасли, что может увеличить конкуренцию и снизить прибыль.

Угроза товаров-заменителей

Наличие альтернативных продуктов или услуг, которые могут удовлетворить те же потребности клиентов.

Как использовать модель Портера

Определите отрасль и границы анализа

Четко сформулируйте, какой рынок или сегмент вы анализируете.

Оцените каждую из пяти сил

Для каждой силы определите уровень угрозы (высокий, средний, низкий) и ключевые факторы влияния.

Составьте таблицу или карту

Визуализируйте результаты анализа для наглядности.

Сделайте выводы

Определите, какие угрозы и возможности существуют для вашей компании.

Разработайте стратегию

На основе анализа сформулируйте действия для снижения рисков и усиления конкурентных преимуществ.

Пример применения

Кофейня:

Власть поставщиков: Если у кофейни один поставщик кофе, он может поднять цены.

Конкуренция: Много кофеен в районе — нужно выделяться уникальными предложениями.

Угроза новых игроков: Легко открыть новую кофейню — конкуренция может вырасти.

Угроза заменителей: Чай и другие напитки могут заменить кофе.

PESTEL-анализ: изучение внешних факторов, влияющих на бизнес.

PESTEL-анализ — это инструмент стратегического планирования, который позволяет компаниям оценивать внеш-

ние факторы, влияющие на их бизнес. Он помогает выявить возможности и угрозы, которые могут возникнуть в результате изменений в макросреде. Название PESTEL является аббревиатурой, где каждая буква обозначает определённую группу факторов: Политические, Экономические, Социальные, Технологические, Экологические и Правовые.

Основные компоненты PESTEL-анализа

P (Политические)

Стабильность правительства, налоговая политика, торговые ограничения, законы о труде.

E (Экономические)

Темпы экономического роста, уровень инфляции, курсы валют, доступность кредитования.

S (Социальные)

Демографические тренды, изменения в образе жизни, потребительские предпочтения.

T (Технологические)

Инновации, автоматизация, скорость технологических изменений, затраты на НИОКР.

E (Экологические)

Климатические изменения, экологические нормы, устойчивое развитие, утилизация отходов.

L (Правовые)

Трудовое законодательство, антимонопольное регулирование, законы о защите прав потребителей.

Зачем нужен PESTEL-анализ?

Выявление возможностей и угроз: помогает компаниям предвидеть изменения во внешней среде и адаптироваться к ним.

Стратегическое планирование: служит основой для разработки долгосрочных стратегий и принятия обоснованных решений.

Оценка новых рынков: полезен при выходе на новые рынки или запуске новых продуктов, позволяя оценить риски и возможности.

Этапы проведения PESTEL-анализа

Определение целей анализа

Четко сформулируйте, какие вопросы вы хотите решить с помощью анализа.

Сбор данных

Используйте различные источники информации: отраслевые отчёты, статистику, экспертные мнения.

Идентификация факторов

Выявите все потенциально значимые факторы по каждому из компонентов PESTEL.

Оценка влияния и вероятности

Оцените каждый фактор по двум параметрам: потенциальное влияние на бизнес и вероятность реализации.

Приоритизация факторов

Ранжируйте факторы по их значимости для компании.

Формулирование стратегических рекомендаций

Определите возможные действия на основе проведённого

анализа.

Мониторинг и обновление

Создайте систему для отслеживания изменений в ключевых факторах и регулярно обновляйте анализ.

Примеры применения PESTEL-анализа

Tesla: использовала PESTEL-анализ для прогнозирования изменений в автомобильной индустрии, что позволило ей занять лидирующие позиции на рынке электромобилей.

Netflix: применяет PESTEL для адаптации своей стратегии к различным рынкам, учитывая политические и культурные особенности.

Примеры применения стратегического менеджмента

Стартапы: могут использовать стратегический менеджмент для оптимизации затрат и масштабирования.

Крупные компании: применяют стратегический менеджмент для перераспределения бюджета и повышения эффективности работы.

Стратегический менеджмент — это не только теоретическая дисциплина, но и практический инструмент, который помогает компаниям адаптироваться к изменениям на рынке и достигать своих целей.

Примеры конкурентных стратегий

Стратегия проникновения на рынок: агрессивное снижение цен для увеличения доли рынка.

Стратегия снятия сливок: установление высоких цен на новый продукт для получения максимальной прибыли от узкого сегмента рынка.

Стратегия голубого океана: создание нового рынка или сегмента, где конкуренция минимальна.

Управление изменениями в стратегическом менеджменте

Управление изменениями в стратегическом менеджменте — это системный подход к планированию, внедрению и контролю изменений в организации, направленный на достижение стратегических целей и минимизацию негативного влияния перемен на бизнес-процессы и сотрудников. В условиях высокой конкуренции и быстроменяющейся внешней среды способность эффективно управлять изменениями становится ключевым фактором успеха компании.

Основные задачи управления изменениями

Минимизация сопротивления: снижение негативной реакции сотрудников на нововведения. Снижение рисков: контроль за возможными угрозами при внедрении изменений. Достижение результатов: обеспечение выполнения стратегических задач и целей компании. Адаптация к внешней среде: быстрая реакция на изменения рынка, технологий, законодательства и других факторов.

Типы изменений

Тип изменений: **Инкрементальные**

Описание: Постепенные улучшения существующих процессов.

Трансформационные

Фундаментальные изменения, затрагивающие стратегию и структуру компании.

Плановые

Запланированные изменения с установленным графиком.

Реактивные

Изменения в ответ на внешние кризисы или внутренние проблемы.

Проактивные

Предотвращение будущих трудностей и использование новых возможностей.

Эволюционные

Медленные, естественные перемены.

Революционные

Кардинальные преобразования (слияния, смена деятельности).

Модели управления изменениями

Модель ADKAR

Осведомлённость (Awareness), понимание необходимости изменений. Коммуникация о причинах изменений, демонстрация рисков бездействия.

Желание (Desire), личная мотивация участвовать в изменениях. Вовлечение сотрудников, демонстрация выгод, создание коалиции поддержки.

Знание (Knowledge), информация и обучение, необходимые для изменений. Обучение, предоставление учебных материалов, доступ к экспертам.

Способность (Ability), реальная демонстрация новых навыков на практике. Практика, коучинг, устранение барьеров, поддержка в процессе внедрения.

Закрепление (Reinforcement), поддержка изменений для их устойчивости. Поощрение, интеграция новых практик в системы оценки, мониторинг результатов.

Метод фокусируется на индивидуальной адаптации сотрудников к изменениям.

Модель ADKAR — это структурированный подход к управлению изменениями, который фокусируется на индивидуальных изменениях сотрудников как основе успешной трансформации организации. Модель была разработана компанией Prosci и состоит из пяти последовательных этапов, каждый из которых представляет собой необходимую веху на пути к внедрению изменений.

Как работает модель ADKAR

Осведомлённость (Awareness)

Сотрудники должны понять, почему изменения необходимы. Это включает в себя объяснение бизнес-причин и потенциальных рисков, связанных с сохранением статус-кво.

Желание (Desire)

На этом этапе важно создать у сотрудников желание поддерживать изменения. Это может быть достигнуто через вовлечение их в процесс и демонстрацию личных выгод.

Знание (Knowledge)

Сотрудники должны получить необходимые знания и навыки для успешного внедрения изменений. Это может включать тренинги и обучение.

Способность (Ability)

На этом этапе сотрудники должны продемонстрировать новые навыки на практике. Это требует времени и поддержки со стороны руководства.

Закрепление (Reinforcement)

Для того чтобы изменения стали устойчивыми, необходимо поддерживать новое поведение через системы поощрения и регулярный мониторинг.

Преимущества модели ADKAR

Человекоцентричность: Фокусируется на индивидуальных изменениях, что критически важно для успешной трансформации.

Простота и ясность: Легко запоминается и объясняется, что делает её доступной для всех уровней управления.

Диагностический потенциал: Позволяет точно опреде-

лить, на каком этапе возникают проблемы, и направить ресурсы для их решения.

Масштабируемость: Применима как к небольшим, так и к крупным изменениям в организации.

Ограничения модели ADKAR

Необходимость параллельных процессов: На практике часто требуется работа над несколькими этапами одновременно.

Требовательность к ресурсам: Полноценная реализация может потребовать значительных временных и человеческих ресурсов.

Слабый учет организационной культуры: Модель не уделяет достаточного внимания влиянию корпоративной культуры на процесс изменений.

Примеры применения

Цифровая трансформация: Внедрение новой системы обработки клиентских запросов в банке, где использование ADKAR позволило сократить время обработки запросов и повысить удовлетворённость сотрудников.

Слияние компаний: Унификация бизнес-процессов и корпоративной культуры с использованием ADKAR для минимизации конфликтов и утечки кадров.

Модель Коттера (8 шагов)

1. Создание чувства срочности.
2. Формирование команды изменений.

3. Разработка стратегии и видения.
4. Информирование о видении.
5. Устранение препятствий.
6. Создание краткосрочных побед.
7. Закрепление результатов.
8. Непрерывное совершенствование.

Модель Коттера (8 шагов) — это структурированный подход к управлению изменениями, разработанный профессором Гарвардской школы бизнеса Джоном Коттером. Она предназначена для успешного внедрения изменений в организациях и минимизации сопротивления со стороны сотрудников. Модель акцентирует внимание на людях, их эмоциях и мотивации, что делает её особенно эффективной в условиях кризиса или значительных трансформаций.

Как работает модель Коттера

Создайте ощущение срочности

Необходимо убедить сотрудников в том, что изменения необходимы и без них компания может столкнуться с серьёзными проблемами.

Сформируйте коалицию лидеров

Создайте команду из людей, которые обладают авторитетом и могут вести за собой других. Эта команда будет отвечать за реализацию изменений.

Создайте видение перемен

Сформулируйте чёткое видение того, как изменения улучшат положение компании и какие результаты ожидают-

ся.

Донесите видение до сотрудников

Активно информируйте сотрудников о видении и его важности, используя различные каналы коммуникации.

Удалите препятствия

Выявите и устраните любые барьеры, которые могут мешать внедрению изменений, включая устаревшие процессы и сопротивление сотрудников.

Добейтесь краткосрочных побед

Планируйте и достигайте небольших успехов, которые можно отпраздновать, чтобы поддерживать мотивацию и вовлечённость команды.

Закрепите изменения

Используйте достигнутые успехи для дальнейшего развития изменений и не позволяйте команде расслабиться.

Интегрируйте изменения в культуру

Убедитесь, что новые подходы и ценности стали частью корпоративной культуры, чтобы изменения были устойчивыми.

Преимущества модели Коттера

Структурированность: Модель предлагает чёткий и последовательный план действий.

Фокус на людях: Учитывает эмоциональные и психологические аспекты изменений.

Гибкость: Применима к различным типам изменений и организаций.

Ограничения модели Коттера

Линейность: Модель предполагает последовательное выполнение шагов, что не всегда возможно в динамичной среде.

Фокус на вертикальной структуре: Лучше всего работает в компаниях с чёткой иерархией.

Ориентация на кризис: Может быть менее эффективной в стабильных организациях, где изменения не воспринимаются как срочные.

Модель Левина

Размораживание (подготовка к изменениям). Подготовка организации к изменениям. Создание осознания необходимости перемен, работа с возражениями, формирование команды поддержки, усиление мотивации.

Движение (внедрение изменений). Внедрение изменений. Обучение сотрудников, постепенное внедрение новых процессов, поддержка и наставничество, информирование о ходе перемен.

Замораживание (закрепление новых процессов). Закрепление изменений. Оценка результатов, исправление ошибок, поощрение адаптировавшихся сотрудников, интеграция новых практик в корпоративную культуру.

Модель Левина — это классическая трёхэтапная модель управления изменениями, разработанная социальным психологом Куртом Левином в 1940-х годах. Она остаётся од-

ной из самых популярных и фундаментальных концепций в области организационного развития и стратегического менеджмента. Модель Левина помогает структурировать процесс изменений, минимизировать сопротивление сотрудников и обеспечить устойчивость новых практик.

Подробное описание этапов

1. Размораживание (Unfreezing)

Цель: дестабилизировать текущее состояние равновесия, чтобы сотрудники осознали необходимость перемен.

Действия: Анализ текущего состояния, выявление проблем и возможностей. Формирование команды изменений. Коммуникация о причинах и неизбежности перемен. Работа с возражениями и страхами сотрудников. Создание чувства срочности и психологической безопасности для перехода к новому.

2. Движение (Changing)

Цель: активное внедрение новых процессов, структур или технологий.

Действия: Обучение и развитие новых навыков. Постепенное внедрение изменений с поддержкой наставников. Постоянная коммуникация и сбор обратной связи. Устранение возникающих препятствий. Празднование краткосрочных побед для поддержания мотивации.

3. Замораживание (Refreezing)

Цель: закрепление новых практик и их интеграция в корпоративную культуру.

Действия: Оценка эффективности изменений, корректировка процессов. Поощрение и признание сотрудников, поддерживавших перемены. Включение новых стандартов в регламенты, системы оценки и обучения. Создание «хранителей изменений» — групп сотрудников, поддерживающих новые подходы. Мониторинг устойчивости изменений.

Преимущества модели Левина

Простота и универсальность: подходит для любых типов изменений — от внедрения IT-систем до культурных трансформаций.

Фокус на психологии: учитывает эмоциональные и поведенческие аспекты перемен.

Структурированность: даёт чёткий план действий для руководителей.

Гибкость: этапы могут адаптироваться под специфику компании и масштаб изменений.

Ограничения модели Левина

Линейность: предполагает последовательное прохождение этапов, что не всегда возможно в условиях быстроменяющейся среды.

Длительность: требует времени, особенно на этапах размораживания и замораживания.

Меньшая детализация: по сравнению с более современными моделями (например, ADKAR или Коттер), модель Левина не даёт детальных инструментов для работы с индивидуальными изменениями.

Практическое применение

Модель Левина широко используется при:

- внедрении новых технологий и бизнес-процессов;
- реорганизации компаний (слияния, поглощения);
- культурных и стратегических трансформациях;
- адаптации к внешним кризисам и изменениям рынка.

Пример применения

Компания решает внедрить новую CRM-систему:

Размораживание: руководство объясняет, почему старая система неэффективна, собирает команду внедрения, проводит встречи с сотрудниками.

Движение: организуется обучение, запускается пилотный проект, оказывается поддержка пользователям.

Замораживание: новые процессы закрепляются в регламентах, лучшие практики поощряются, система становится частью корпоративной культуры.

Процесс управления изменениями

Планирование

Определение целей, ресурсов и сроков.

Коммуникация

Открытое информирование сотрудников, вовлечение в процесс.

Внедрение

Обучение, тестирование новых процессов.

Мониторинг

Сбор данных, отслеживание метрик.

Оценка результатов

Сравнение с целями, корректировка действий.

Роли и ответственность

Спонсор проекта

Обеспечивает ресурсы и поддержку изменений.

Руководитель

Планирует, координирует и контролирует процесс.

Команда изменений

Внедряет изменения, обучает сотрудников.

Сотрудники

Участвуют в изменениях, дают обратную связь.

Факторы успеха

Открытая коммуникация. Вовлечение сотрудников. Поддержка руководства. Обучение и адаптация. Постоянный мониторинг и корректировка.

Преодоление сопротивления

Выслушивание мнений сотрудников. Открытое обсуждение рисков. Обучение и поддержка. Вовлечение в принятие решений.

Инструменты

Диаграмма Ганта. Анализ заинтересованных сторон. Опросы и анкетирование. SWOT-анализ для оценки внут-

ренних и внешних факторов.

Диаграмма Ганта — это визуальный инструмент для планирования и управления проектами, который позволяет наглядно представить сроки, последовательность и длительность выполнения задач. Она была разработана американским инженером Генри Гантом в начале XX века и с тех пор стала классическим инструментом в управлении проектами.

Основные элементы диаграммы Ганта

Задачи

Список всех работ, которые необходимо выполнить в рамках проекта.

Временная шкала

Горизонтальная ось, показывающая даты начала и окончания задач.

Полосы задач

Горизонтальные отрезки, отображающие длительность каждой задачи.

Зависимости

Стрелки или линии, показывающие, какие задачи зависят друг от друга.

Исполнители

Указание, кто отвечает за выполнение каждой задачи.

Процент выполнения

Индикатор, показывающий, насколько задача завершена.

Как работает диаграмма Ганта

Определение задач:

Составляется полный список задач, которые необходимо выполнить.

Установление сроков:

Для каждой задачи определяются даты начала и окончания.

Визуализация:

Задачи размещаются на временной шкале, где каждая задача представлена полосой, длина которой соответствует её длительности.

Мониторинг:

Диаграмма позволяет отслеживать прогресс выполнения задач и вносить изменения в план по мере необходимости.

Преимущества диаграммы Ганта

Наглядность:

Позволяет увидеть весь проект на одной странице, что упрощает понимание его структуры.

Контроль сроков:

Помогает отслеживать дедлайны и выявлять задержки.

Управление зависимостями:

Позволяет видеть, какие задачи зависят друг от друга, что помогает избежать bottlenecks.

Распределение ресурсов:

Упрощает назначение задач исполнителям и контроль их загруженности.

Недостатки диаграммы Ганта

Перегруженность:

При большом количестве задач диаграмма может стать сложной для восприятия.

Необходимость регулярного обновления:

Чтобы диаграмма оставалась актуальной, её нужно постоянно обновлять.

Ограниченная функциональность:

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.