

K priedas. PERT parametrų skaičiavimas (Danija)

Etapui pris- kiriamų veiksmų kodai (<i>i-j</i>)	Pirmes- nysis veiks- mas (kodas)	Etapui priskiriami veiksmai (pava- dinimas)	Opti- mistinė trukmė (d.)	La- bia-usiai ti- kėtina trukmė (d.)	Pesi- mistinė trukmė (d.)	PERT sverti- nis vidur- kis (d.)	Standartinis nuokrypis (d.)			Dis- per- sija (d.)	Anksči- au- sia darbo pradžia (d.)	Anksčia- usia darbo pabaiga (d.)	Vėliau- sia darbo pradžia (d.)	Vėliau- sia darbo pabaig a (d.)	Bendrasis darbo laiko rezervas (d.)
			(<i>T_{min}</i>)	(<i>T_m</i>)	(<i>T_{max}</i>)	(<i>T</i>)	(σ) 68 %	(2 σ) 95 %	(3 σ) 99,7 %	(σ^2)	(<i>ES</i>)	(<i>EF</i>)	(<i>LS</i>)	(<i>LF</i>)	(<i>R_{i-j}</i>)
PASIRENGIMO ETAPAS															
A1 (0–1)	–	Naujos paslaugos kūrimo poreikio nustatymas	8,50	20,00	52,50	23,50	7,33	14,67	22,00	53,78	0	23,50	0	23,50	0
A2 (1–2)	A1	Naujų idėjų generavimas	3,38	6,00	20,00	7,90	2,77	5,54	8,31	7,67	23,50	31,40	36,02	43,92	12,52
A3 (1–3)	A1	Darbuotojų įtrauktis į naujų pas- laugų idėjų generavimą	4,50	9,50	20,00	10,42	2,58	5,17	7,75	6,67	23,50	33,92	33,50	43,92	10,00
A4 (1–4)	A1	Klientų įtrauktis į naujų paslaugų i- dėjų generavimą	7,50	20,00	35,00	20,42	4,58	9,17	13,75	21,01	23,50	43,92	23,50	43,92	0
A5 (4–5)	A2, A3, A4	Sugeneruotų idėjų išskirtinumo ver- tinimas	3,38	5,00	8,50	5,31	0,85	1,71	2,56	0,73	43,92	49,23	43,92	49,23	0
A6 (5–6)	A5	Sugeneruotų idėjų galimybės jas re- alizuoti rinkos sąlygomis ar techno- loginiu požiūriu, vertinimas	6,63	12,50	20,00	12,77	2,23	4,46	6,69	4,97	49,23	62,00	49,23	62,00	0
A7 (6–7)	A6	Idėjų tinkamumo potencialiems klientams vertinimas	3,88	8,50	17,50	9,23	2,27	4,54	6,81	5,15	62,00	71,23	62,17	71,40	0,17
A8 (6–8)	A6	Idėjų tinkamumo specifinėms klientų grupėms vertinimas	3,88	8,75	17,50	9,40	2,27	4,54	6,81	5,15	62,00	71,40	62,00	71,40	0
Pasirengimo etapo rezultatas: patvirtinta idėja			41,65	90,25	191,00	98,9	10,25	20,51	30,76	105,13	–	–	–	–	–
ANALIZĖS ETAPAS															
A9 (8–9)	A7, A8	Bendras darbuotojų pasirengimo vertinimas	5,25	7,00	14,25	7,92	1,50	3,00	4,50	2,25	71,40	79,32	71,40	79,32	0
A10 (9–10)	A9	Naujos paslaugos kūrimo metu ga- limų patirti išlaidų, vertinimas	6,00	10,00	20,00	11,00	2,33	4,67	7,00	5,44	79,32	90,32	79,32	90,32	0
A11 (10–11)	A10	Konkurentų analizė	6,38	11,25	22,50	12,31	2,69	5,37	8,06	7,22	90,32	102,63	90,32	102,63	0
A12 (11–12)	A11	Kuriamos paslaugos suderinimo su gretutiniais technologijų sprendi- mais galimybių vertinimas	6,88	13,13	20,00	13,23	2,19	4,37	6,56	4,78	102,63	115,86	102,63	115,86	0
A13 (11–13)	A11	Patentų vertinimas	5,00	10,00	20,00	10,83	2,50	5,00	7,50	6,25	102,63	113,46	105,03	115,86	2,40
A14 (13–14)	A12, A13	Klientų poreikių nustatymas	7,25	14,38	23,13	14,65	2,65	5,29	7,94	7,00	115,86	130,51	115,86	130,51	0
A15 (14–15)	A14	Klientų pasiūlymų vertinimas ku- riamai paslaugai	4,00	10,00	18,13	10,36	2,36	4,71	7,07	5,55	130,51	140,87	130,87	141,22	0,35
A16 (14–16)	A14	Tikslinio kliento portreto formavi- mas	4,25	10,00	20,00	10,71	2,63	5,25	7,88	6,89	130,51	141,22	130,51	141,22	0
Analizės etapo rezultatas: išorinių ir vidinių aspektų į- vertinimas			45,01	85,76	158,01	91,0	6,74	13,47	20,21	45,39	–	–	–	–	–
FORMAVIMO ETAPAS															
A17 (16–17)	A15, A16	Darbuotojų įtrauktis į koncepcinės paslaugos formavimą	5,00	11,38	23,38	12,32	3,06	6,13	9,19	9,38	141,22	153,54	141,22	153,54	0
A18 (17–18)	A17	Koncepcinės paslaugos kūrimo si- muliacija tarp įmonės darbuotojų	5,75	10,75	18,75	11,25	2,17	4,33	6,50	4,69	153,54	164,79	153,54	164,79	0
A19 (17–19)	A17	Koncepcinės paslaugos trūkumų ša- linimas, atsižvelgiant į darbuotojų išsakytas pastabas	5,88	10,00	17,50	10,56	1,94	3,87	5,81	3,75	153,54	164,10	154,22	164,79	0,69
A20 (19–20)	A18, A19	Kuriamos paslaugos teikime daly- vausiančių darbuotojų mokymai	10,00	14,00	20,50	14,42	1,75	3,50	5,25	3,06	164,79	179,20	164,79	179,20	0
A21 (20–21)	A20	Galimos konkurentų grėsmės verti- nimas	5,00	11,00	17,75	11,13	2,13	4,25	6,38	4,52	179,20	190,33	179,20	190,33	0
A22 (21–22)	A21	Klientų įtrauktis į koncepcinės pas- laugos testavimą	10,00	17,50	28,13	18,02	3,02	6,04	9,07	9,13	190,33	208,35	190,33	208,35	0
A23 (22–23)	A22	Klientų pastebėjimų ir rekomenda- cijų vertinimas	5,13	10,00	17,50	10,44	2,06	4,12	6,19	4,25	208,35	218,79	213,23	223,66	4,88
A24 (22–24)	A22	Koncepcinės paslaugos trūkumų ša- linimas, atsižvelgiant į klientų išsa- kytas pastabas	10,00	14,50	23,88	15,31	2,31	4,63	6,94	5,35	208,35	223,66	208,35	223,66	0
Formavimo etapo rezultatas: patvirtinta koncepcinė paslaugos versija			56,76	99,13	167,39	103,4	6,64	13,29	19,93	44,14	–	–	–	–	–
REALIZAVIMO ETAPAS															
A25 (24–25)	A23, A24	Naujos paslaugos marketingo komu- nikacija	6,00	14,88	26,38	15,32	3,40	6,79	10,19	11,54	223,66	238,98	223,66	238,98	0
A26 (25–26)	A25	Naujos paslaugos kainodaros for- mavimas	5,00	11,00	22,00	11,83	2,83	5,67	8,50	8,03	238,98	250,81	238,98	250,81	0
A27 (25–27)	A25	Naujos paslaugos paskirstymo ka- nalų pasirinkimas	4,25	8,50	17,00	9,21	2,13	4,25	6,38	4,52	238,98	248,19	241,61	250,81	2,63
A28 (27–28)	A26, A27	Tiesioginių konkurentų reakcijos į kuriamą paslaugą, vertinimas	6,00	12,00	25,50	13,25	3,25	6,50	9,75	10,56	250,81	264,06	250,81	264,06	0
A29 (28–29)	A28	Pakeitimai ir/arba patobulinimai, atsižvelgiant į konkurentų reakciją	6,00	16,13	25,50	16,00	3,25	6,50	9,75	10,56	264,06	280,07	264,06	280,07	0
A30 (29–30)	A29	Bandomasis paslaugos teikimas klientams	10,00	24,25	42,00	24,83	5,33	10,67	16,00	28,44	280,07	304,90	280,84	305,67	0,77
A31 (29–31)	A29	Naujos paslaugos stebėseną per trumpąjį jos teikimo laikotarpį	13,38	25,50	38,25	25,61	4,15	8,29	12,44	17,18	280,07	305,67	280,07	305,67	0
A32 (31–32)	A30, A31	Nedideli pakeitimai iki visapusiško paslaugos teikimo	10,88	19,88	30,75	20,19	3,31	6,62	9,94	10,97	305,67	325,86	305,67	325,86	0
Realizavimo etapo rezultatas: visapusiškas paslaugos į- vedimas į rinką			61,51	132,14	227,38	136,24	10,09	20,18	30,27	101,80	–	–	–	–	–
BENDRA SUMA:			204,93	407,28	743,78	429,64	33,72	67,45	101,17	296,45	–	–	–	–	–