

Друга матриця відображає ентузіазм проекту проти відданості проекту/ масштабів зобов'язань на сітці 8x8. Припускають, що друга матриця надає тонкі відмінності, які є корисними для вивчення, і вони допоможуть створити план залучення зацікавлених сторін.

В нашому проєкті ця матриця не матиме додаткового змістовного навантаження через поділ зацікавлених сторін майже повністю на тих, хто позитивно ставиться як до самої ідеї, так і до її реалізації. Негативним ставленням зацікавлених сторін в даному випадку можна знехтувати через неможливість впливу на проєкт на цій фазі планування.

Немає переконання у користі від використання цієї матриці, оскільки ентузіазм проти масштабів зобов'язань здається недосконалим. Наприклад, я не бачу сценарію, в якому учасник може потрапити у верхній лівий кут і таким чином активно підтримувати проєкт, але також має низьку прихильність і активно протидіяти проєкту. Проте, є групи корисні для планування стратегії взаємодії.

## **МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ РОЗРОБКИ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ ТОВ “КУЛИНИЧІ”**

*Кісь А.А.*

*Науковий керівник – Муцинська Н.Ю., канд. екон. наук, доцент*

ТОВ “Кулиничі” займається виробництвом хлібо-булочних виробів, випічки, десертів; має розгалужену мережу збуту готової продукції, а також володіє власними закладами кафе швидкого харчування, де крім звичлої продукції можна отримати обід з перших та других страв і замовити широкий асортимент з бару. Проєкт створення мобільного додатку для ТОВ “Кулиничі” має на меті реалізацію принципово нового бачення заохочення гостей до відвідин закладу, отже має бути чудово налагоджена система комунікації.

Щоб успішно існувала мережа закладів та закріплювала свої позиції на ринку, необхідно задовольнити умови, які б гарантували просування товарів та послуг, обізнаність та позитивне ставлення широкого загалу людей до бренду, створювати корпоративну мотивацію старанно працювати [1].

При розробці теми “модель управління стейкхолдерами проєкту розробки мобільного додатку для ТОВ “Кулиничі”” є декілька варіантів розробки проєкту: 1) розробка проєкту силами внутрішньої команди підприємства; 2) “аутстафінг” - збір команди під даний проєкт; 3) “аутсорсінг” - замовлення у спеціалізованій організації розробки та виконання проєкту з попереднім узгодженням.

Аутсорс являється більш вигідним варіантом реалізації проекту, оскільки, неефективні комунікації відзначаються як один з головних чинників ризику в управлінні проектами. За результатами дослідження, проведеного РМІ, відомо, що неефективні комунікації є причиною в середньому більше половини (56%) витрат, пов'язаних з покриттям ризиків, що виникають в проектах [3].

Якщо обрати третій спосіб, тобто аутсорсинг — то зі сторони ТОВ «Кулиничі» буде комунікувати менеджер по продукту, який буде вести переговори з проджект менеджером компанії-виконавцем. Сам же проджект менеджер компанії виконавця працює у свою чергу із командою розробки.

Тобто, розібравшись із командою-виконавцем процесу, вимальовується схема комунікаційних функціональних взаємозв'язків.

Штат розробки — займається підбором команди для розробки, яка складається наступним чином із проджект менеджера, що ставить задачі, управляє розробкою та контактує із замовником; продакт менеджер, який продумує ідеї для продукту і займається розвитком продукту, розробники — це програмісти, дизайнери та тестувальники. Також до складу команди розробки входять аналітики, маркетологи, продакт оунер - людина, яка керує створенням продукту і відповідає за те, що вийде в результаті.

Для більш детального та ґрунтового визначення позицій стейкхолдерів відзначають матриці за сферою інтересів, здатність зацікавлених сторін впливати на проект, на їхню думку щодо проекту.

У нашому випадку зацікавленими сторонами є сама організація, яка здійснює замовлення проекту, а також аутсорсингова компанія, яка зацікавлена у виконанні проекту в найкоротші строки за винагороду. Не зацікавленими сторонами являються конкуренти холдингу та інертні верстви населення, що не користуються перевагами інформаційних технологій.

Таким чином управління стейкхолдерами для створення мобільного додатку є кропітким завданням, але дуже необхідним, оскільки правильна розстановка комунікаційних взаємозв'язків це в першу чергу зменшення і людських затрат, і часу виконання, і ресурсного навантаження, і капіталовкладень.

1. Стейкхолдери як агенти зовнішніх та внутрішніх комунікацій в організаціях сфери масового спорту для всіх. Олена Кравченко. [Електронний ресурс]. Режим доступу: - [http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/515/1/Kra\\_9.pdf](http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/515/1/Kra_9.pdf)

2. Ясенова І.С. Управління комунікаціями проекту / І.С. Ясенова, А.В. Підгорна [Електронний ресурс] — Режим доступу: [http://avia.nau.edu.ua/doc/2011/4/avia2011\\_4\\_4.pdf](http://avia.nau.edu.ua/doc/2011/4/avia2011_4_4.pdf).

3. The High Cost of Low Performance – The essential Role of Communication”, Project Man-agement Institute, Pulse of the Profession In-Depth Report, May, 2013 [Електронний ресурс]// URL: <http://www.pmi.org/business-solutions/~media/PDF/Business-Solutions/The-High-Cost-Low-of-Communications.ashx>

## ПРОЦЕСНА МОДЕЛЬ ПРОЕКТУ ОНОВЛЕННЯ ІТ-ПРОДУКТУ

*Гарькавий Б.А.*

*Науковий керівник – Кадикова І.М., канд. екон. наук, доцент*

Сьогодні все більше ІТ-компанії доходять висновку, що покращити процес управління проектом розробки програмного забезпечення можна за рахунок впровадження методології управління проектами SCRUM. Її впровадження доцільно формалізувати у вигляді процесної моделі [1]. Наприклад, контекстна діаграма процесу розробки нової версії ІТ-продукту наведена на рис. 1, а декомпозиція верхнього рівня у нотатції IDEF0 – на рис. 2.

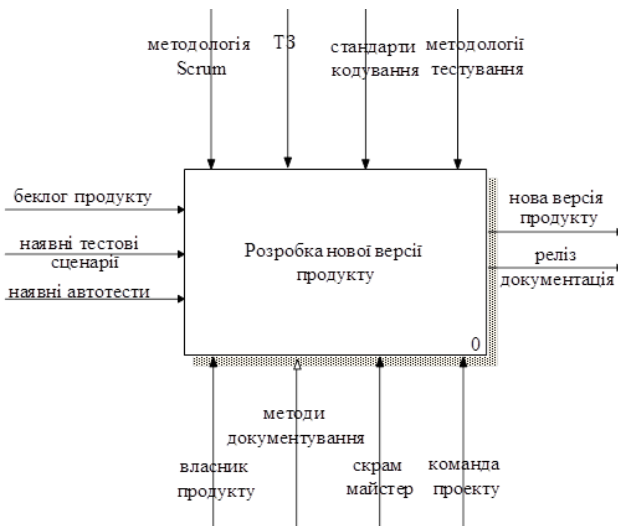


Рисунок 1 – Контекстна діаграма процесу розробки нової версії ІТ-продукту

Подібна формалізація дозволяє побудувати відповідно інформаційну технологію [2] при запровадженні нової для організації методології проектного управління.