

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВЗАЄМОДІЇ ІЗ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ ЗА ДОПОМОГОЮ ПОБУДОВИ МАТРИЦІ СТЕЙКХОЛДЕРІВ

Черкас Владлен Сергійович

магістр

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Іванова Марина Володимирівна

кандидат хімічних наук, доцент

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Матриця стейкхолдерів – це аналітичний інструмент для відображення рівня впливу стейкхолдерів, їхнього ставлення до проекту та визначення стратегії взаємодії з ними. Для створення матриці використовують систему координат «ставлення – вплив» [1].

Перший етап моделювання – ідентифікація стейкхолдерів. На цьому етапі необхідно скласти список всіх людей, які є стейкхолдерами проекту. Також знадобиться інформація про оточення проекту. Випишуємо всіх, хто може якось вплинути на проект, у списку вказуємо місце в проекті (команда, спонсор, функціональний експерт, тощо). Ставлення стейкхолдера до проекту і його вплив можна оцінити вже на цьому етапі:

– під впливом мається на увазі, що при «5» – стейкхолдер може просто зупинити проект або, навпаки, змусити працювати навіть найзавзятіших противників проекту, а при «0» – може тільки спостерігати за змінами, що відбувається;

– під ставленням мається на увазі, що поточна позиція стейкхолдера щодо проекту при «-5» – він зробить все, щоб проект не відбувся, або зашкодить при можливості, при «0» – йому все одно, при «+5» – готовий щосили допомагати і підтримувати проект.

Другий етап моделювання – побудова матриці стейкхолдерів стандартними засобами Excel (рис. 1). Отримуємо діаграму матриці стейкхолдерів та на основі її аналізу визначимо які шанси є у проекту.

Аналіз матриці:

– з правого боку вгорі – ті, хто «за» проект і хто дійсно може і хоче йому допомогти. Це наші основні союзники, їх потрібно всіляко інформувати про хід проекту, активно залучати, при необхідності – просити допомоги і захисту, максимально контактувати особисто. У «правильному проекті» тут завжди знаходиться спонсор, а якщо сильно пощастило – то й замовник;

– з правого боку внизу – ті, хто на хід проекту істотного впливу зробити не можуть, але проект знаходиться у колі їх інтересів і чекають

від його реалізації позитивних змін. Їх необхідно регулярно інформувати і підтримувати інтерес, на етапі впровадження проекту вони будуть дуже значною силою;

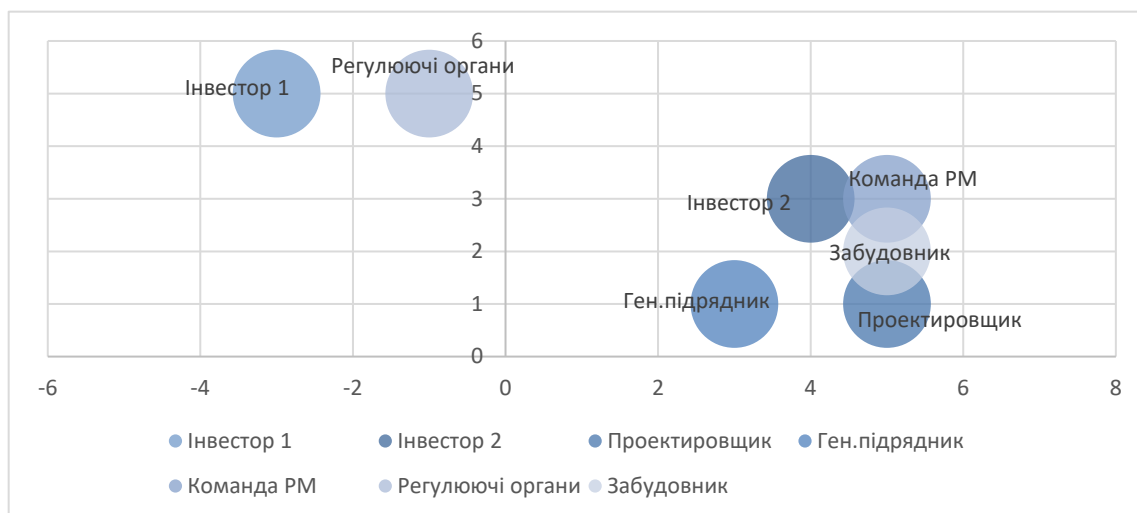


Рис. 1. Діаграма матриця стейкхолдерів (на прикладі будівельного проекту)

– з лівого боку вгорі – «небезпека!» – це ті стейкхолдери, які проект не дуже схвалюють і готові впливати на тимчасову затримку проекту, або взагалі відміну реалізації проекту;

– з лівого боку внизу – ті, кому проект не подобається, але влади щось поміняти у них немає. Найчастіше це користувачі, які не бажають змінювати усталені процеси роботи. За цією частиною потрібно активно стежити, щоб не почали шкодити, регулярно інформувати, але коротко. Змінити ставлення в цілому можна на нейтральне, якщо для успіху проекту це критично важливо.

На підставі аналізу матриці розроблюється стратегія комунікацій із та між стейкхолдерами:

– якщо в матриці половина учасників в лівій частині графіка, та ще й у верхній, та ще й спонсор серед них – проект з високим ступенем ймовірності не буде реалізовано;

– якщо все в правій – стоїть ще раз перевірити свій список на предмет того, чи всіх враховано;

– якщо ж всі тісняться в серединці – доведеться докласти зусиль для створення продуктивних комунікацій між стейкхолдерами, але є великі шанси на успішну реалізацію проекту.

Третій етап моделювання – уточнюючи план взаємодії з кожним із стейкхолдерів визначаємо обрану стратегію: всіх стейкхолдерів інформувати про хід реалізації проекту, збільшувати рівень лояльності до проекту, проводити діалог для формування довіри (уникати

маніпуляцій), нівелювати негативний вплив незацікавлених, але таких стейкхолдерів, які можуть впливати на рішення щодо реалізації проекту.

Список використаних джерел:

1. Старченко Г.В. Управління проектами: теорія та практика : навч. посіб. Чернігів : видавець Брагінець О.В., 2018. 306 с.