

- [План управления заинтересованными сторонами проекта](#)
  - [“Реализация системы лояльности на основе суммы выкупа”](#)
  - [1. Введение](#)
    - [1.1 Цель документа](#)
    - [1.2 Область применения](#)
    - [1.3 Методология](#)
  - [2. Определения и терминология](#)
  - [3. Роли и ответственность](#)
  - [4. Идентификация заинтересованных сторон](#)
    - [4.1 Внутренние заинтересованные стороны](#)
    - [4.2 Внешние заинтересованные стороны](#)
  - [5. Анализ заинтересованных сторон](#)
    - [5.1 Матрица влияния и заинтересованности](#)
    - [5.2 Анализ заинтересованных сторон](#)
  - [6. Стратегии взаимодействия](#)
    - [6.1 Управлять тесно \(Высокое влияние, Высокая заинтересованность\)](#)
    - [6.2 Держать удовлетворенными \(Высокое влияние, Низкая заинтересованность\)](#)
    - [6.3 Держать информированными \(Низкое влияние, Высокая заинтересованность\)](#)
    - [6.4 Мониторить \(Низкое влияние, Низкая заинтересованность\)](#)
  - [7. Планы коммуникаций](#)
    - [7.1 Матрица коммуникаций](#)
    - [7.2 Календарь коммуникаций](#)
  - [8. Управление ожиданиями](#)
    - [8.1 Ожидания заинтересованных сторон](#)
    - [8.2 Стратегии управления ожиданиями](#)
  - [9. Управление сопротивлением изменениям](#)
    - [9.1 Потенциальные источники сопротивления](#)

- [9.2 План управления изменениями](#)
- [10. Мониторинг и контроль](#)
  - [10.1 Индикаторы эффективности управления заинтересованными сторонами](#)
  - [10.2 Процедуры мониторинга](#)
- [11. Эскалация проблем](#)
  - [11.1 Уровни эскалации](#)
  - [11.2 Процедуры эскалации](#)
- [12. Бюджет управления заинтересованными сторонами](#)
- [13. Обновление плана](#)
  - [13.1 Триггеры обновления](#)
  - [13.2 Процедура обновления](#)
- [14. Приложения](#)
  - [Приложение А: Реестр заинтересованных сторон](#)
  - [Приложение Б: Шаблоны коммуникаций](#)
  - [Приложение В: Формы обратной связи](#)

## **План управления заинтересованными сторонами проекта**

### **“Реализация системы лояльности на основе суммы выкупа”**

**Проект:** Доработка конфигурации магазина 1Стиль

**Исполнитель:** ООО «1Стиль»

**Период проекта:** Август 2025 - Декабрь 2025

**Дата создания:** Август 2025

---

# 1. Введение

## 1.1 Цель документа

Данный план управления заинтересованными сторонами определяет подходы к идентификации, анализу, планированию взаимодействия и мониторингу заинтересованных сторон проекта “Реализация системы лояльности на основе суммы выкупа” для магазина одежды “1Стиль”.

## 1.2 Область применения

План распространяется на все этапы проекта от инициации до закрытия проекта и включает всех лиц и организаций, которые могут влиять на проект или подвергаться его влиянию.

## 1.3 Методология

Используется методология управления заинтересованными сторонами в соответствии с PM Book 5-й редакции (PMBOK Guide).

---

# 2. Определения и терминология

**Заинтересованная сторона** - лицо или организация, которое может влиять на проект, подвергаться его влиянию или воспринимать себя как подвергающееся его влиянию.

**Влияние** - способность заинтересованной стороны воздействовать на проект (1-5 баллов).

**Заинтересованность** - степень вовлеченности заинтересованной стороны в проект (1-5 баллов).

**Уровень поддержки** - степень поддержки проекта заинтересованной стороной (от -2 до +2).

---

### 3. Роли и ответственность

Роль	Ответственность
Руководитель проекта	Общее руководство процессом управления заинтересованными сторонами, координация взаимодействия
Бизнес-аналитик	Анализ потребностей заинтересованных сторон, сбор требований
Менеджер по коммуникациям	Планирование и координация коммуникаций с заинтересованными сторонами
Команда разработки	Техническое взаимодействие с пользователями системы
HR-менеджер	Взаимодействие с персоналом, управление изменениями

---

## 4. Идентификация заинтересованных сторон

### 4.1 Внутренние заинтересованные стороны

ID	Заинтересованная сторона	Роль в проекте	Контактное лицо
IS001	ИП Сорокин Г.В.	Заказчик, Спонсор проекта	Генеральный директор
IS002	Руководитель проекта	Управление проектом	Руководитель проекта
IS003	Команда разработки	Разработка системы	Ведущий разработчик
IS004	Бизнес-аналитик	Анализ требований	Бизнес-аналитик
IS005	Тестировщик	Контроль качества	Тестировщик
IS006	Системный администратор	Техническая поддержка	Системный администратор
IS007	Менеджеры по продажам	Пользователи системы	Руководитель отдела продаж
IS008	Кассиры	Пользователи системы	Старший кассир
IS009	Складские работники	Пользователи системы	Заведующий складом
IS010	Бухгалтер	Пользователь отчетов	Главный бухгалтер

## 4.2 Внешние заинтересованные стороны

ID	Заинтересованная сторона	Роль в проекте	Контактное лицо
ES001	Клиенты магазина	Бенефициары системы лояльности	Представители клиентов
ES002	Поставщики товаров	Внешние партнеры	Менеджеры по закупкам
ES003	Банк-партнер	Финансовые операции	Менеджер банка
ES004	Налоговая инспекция	Контролирующий орган	Инспектор
ES005	Консультанты 1С	Техническая поддержка	Консультант
ES006	Разработчики сайта	Интеграция с сайтом	Технический директор
ES007	Конкуренты	Внешнее влияние	-

---

## 5. Анализ заинтересованных сторон

### 5.1 Матрица влияния и заинтересованности

Уровень влияния	Описание	
1 - Очень низкое	Минимальная возможность влиять на проект	
2 - Низкое	Незначительная возможность влиять на проект	
3 - Среднее	Умеренная возможность влиять на проект	
4 - Высокое	Существенная возможность влиять на проект	
5 - Критическое	Решающая возможность влиять на проект	
Уровень заинтересованности		Описание
1 - Очень низкая		Минимальная вовлеченность в проект
2 - Низкая		Незначительная вовлеченность в проект
3 - Средняя		Умеренная вовлеченность в проект
4 - Высокая		Существенная вовлеченность в проект
5 - Критическая		Максимальная вовлеченность в проект

## 5.2 Анализ заинтересованных сторон



ID	Заинтересованная сторона	Влияние	Заинтересованность	Приоритет	Уровень риска
IS001	ИП Сорокин Г.В.	5	5	Критический	+2
IS002	Руководитель проекта	5	5	Критический	+2
IS003	Команда разработки	4	4	Высокий	+1
IS004	Бизнес-аналитик	4	4	Высокий	+1
IS005	Тестировщик	3	4	Средний	+1
IS006	Системный администратор	4	3	Высокий	+1
IS007	Менеджеры по продажам	3	4	Средний	0
IS008	Кассиры	2	4	Средний	-1
IS009	Складские работники	2	3	Низкий	0
IS010	Бухгалтер	3	3	Средний	+1
ES001	Клиенты магазина	2	5	Средний	+1
ES002	Поставщики товаров	2	2	Низкий	0
ES003	Банк-партнер	3	2	Средний	0
ES004	Налоговая инспекция	4	2	Высокий	-1

ID	Заинтересованная сторона	Влияние	Заинтересованность	Приоритет	Уровень риска
ES005	Консультанты 1С	4	3	Высокий	+1
ES006	Разработчики сайта	3	3	Средний	0
ES007	Конкуренты	2	3	Низкий	-2

## 6. Стратегии взаимодействия

### 6.1 Управлять тесно (Высокое влияние, Высокая заинтересованность)

**Цель:** Максимальное вовлечение в принятие решений

**Заинтересованные стороны:**

- ИП Сорокин Г.В. (Заказчик)
- Руководитель проекта

**Стратегии:**

- Еженедельные встречи по статусу проекта
- Совместное принятие ключевых решений
- Регулярные демонстрации прогресса
- Прямая линия связи для экстренных вопросов

### 6.2 Держать удовлетворенными (Высокое влияние, Низкая заинтересованность)

**Цель:** Поддержание позитивного отношения к проекту

**Заинтересованные стороны:**

- Команда разработки

- Бизнес-аналитик
- Системный администратор
- Консультанты 1С
- Налоговая инспекция

#### **Стратегии:**

- Регулярные отчеты о прогрессе
- Своевременное информирование о изменениях
- Учет их требований и ограничений
- Предотвращение негативного влияния

### **6.3 Держать информированными (Низкое влияние, Высокая заинтересованность)**

**Цель:** Поддержание заинтересованности и вовлеченности

#### **Заинтересованные стороны:**

- Менеджеры по продажам
- Кассиры
- Бухгалтер
- Клиенты магазина
- Банк-партнер
- Разработчики сайта

#### **Стратегии:**

- Регулярные информационные рассылки
- Обучение и демонстрации системы
- Сбор обратной связи
- Информирование о преимуществах

### **6.4 Мониторить (Низкое влияние, Низкая заинтересованность)**

**Цель:** Минимальное взаимодействие с контролем изменений

**Заинтересованные стороны:**

- Складские работники
- Поставщики товаров
- Конкуренты

**Стратегии:**

- Периодический мониторинг их отношения к проекту
- Готовность к изменению стратегии при необходимости
- Минимальные коммуникации

**7. Планы коммуникаций**

**7.1 Матрица коммуникаций**

Заинтересованная сторона	Тип информации	Частота	Формат	Ответственный
ИП Сорокин Г.В.	Статус проекта, решения	Еженедельно	Личная встреча	Руководитель проекта
Руководитель проекта	Детальный статус	Ежедневно	Отчеты, встречи	Команда проекта
Команда разработки	Технические требования	По мере необходимости	Технические встречи	Бизнес-аналитик
Пользователи системы	Обучение, изменения	Еженедельно	Тренинги, рассылки	Менеджер коммуникаций
Клиенты	Информация о системе лояльности	Ежемесячно	Маркетинговые материалы	Маркетолог
Внешние партнеры	Статус интеграции	Ежемесячно	Отчеты	Руководитель проекта

## 7.2 Календарь коммуникаций

Дата	Событие	Участники	Цель
Каждую пятницу	Статус-встреча с заказчиком	ИП Сорокин Г.В., Руководитель проекта	Обсуждение прогресса и решений
Каждый понедельник	Планерка команды	Вся команда проекта	Координация работы на неделю
Каждую среду	Техническая встреча	Разработчики, аналитик	Обсуждение технических вопросов
1 число каждого месяца	Обучение пользователей	Пользователи системы	Обновление знаний о системе
15 число каждого месяца	Отчет для клиентов	Клиенты	Информирование о системе лояльности
Последний день месяца	Отчет для партнеров	Внешние партнеры	Статус интеграций

---

## 8. Управление ожиданиями

### 8.1 Ожидания заинтересованных сторон

Заинтересованная сторона	Основные ожидания	Риски несоответствия
ИП Сорокин Г.В.	Повышение лояльности клиентов, рост продаж	Негативное влияние на бизнес
Команда разработки	Четкие требования, стабильные сроки	Снижение мотивации
Пользователи системы	Простота использования, обучение	Соппротивление изменениям
Клиенты	Понятная система скидок	Потеря клиентов
Налоговая инспекция	Соответствие законодательству	Штрафы и санкции

### 8.2 Стратегии управления ожиданиями

#### Для заказчика:

- Регулярные демонстрации прогресса
- Прозрачная отчетность по бюджету и срокам
- Обсуждение рисков и способов их минимизации

#### Для команды разработки:

- Четкое техническое задание
- Стабильные требования
- Признание достижений

**Для пользователей:**

- Обучение работе с системой
- Поддержка в период внедрения
- Учет их предложений по улучшению

**Для клиентов:**

- Информационные материалы о системе лояльности
- Объяснение преимуществ
- Обратная связь по улучшению системы

---

## 9. Управление сопротивлением изменениям

### 9.1 Потенциальные источники сопротивления

Заинтересованная сторона	Тип сопротивления	Причины	Стратегии преодоления
Кассиры	Страх перед новыми технологиями	Неуверенность в навыках	Обучение, поддержка
Менеджеры по продажам	Изменение привычных процессов	Нежелание менять подходы	Демонстрация преимуществ
Складские работники	Дополнительная нагрузка	Увеличение объема работы	Автоматизация процессов
Бухгалтер	Сложность новых отчетов	Необходимость изучения	Обучение, консультации

### 9.2 План управления изменениями

**Этап 1: Подготовка (Август 2025)**

- Информирование о предстоящих изменениях
- Объяснение преимуществ новой системы

- Создание позитивного настроения

## **Этап 2: Обучение (Сентябрь 2025)**

- Проведение тренингов для пользователей
- Создание обучающих материалов
- Назначение наставников

## **Этап 3: Внедрение (Октябрь 2025)**

- Постепенное внедрение системы
- Поддержка пользователей
- Сбор обратной связи

## **Этап 4: Стабилизация (Ноябрь-Декабрь 2025)**

- Оптимизация процессов
  - Устранение выявленных проблем
  - Закрепление изменений
-



## 10. Мониторинг и контроль

### 10.1 Индикаторы эффективности управления заинтересованными сторонами

Индикатор	Метод измерения	Частота	Ответственный
Уровень поддержки проекта	Опросы заинтересованных сторон	Ежемесячно	Менеджер по коммуникациям
Участие в встречах	Процент присутствующих	Еженедельно	Руководитель проекта
Скорость принятия решений	Время от запроса до решения	По мере необходимости	Руководитель проекта
Качество обратной связи	Количество предложений	Ежемесячно	Бизнес-аналитик
Удовлетворенность пользователей	Опросы пользователей	Ежемесячно	Менеджер по коммуникациям

### 10.2 Процедуры мониторинга

**Еженедельно:**

- Анализ участия в встречах
- Оценка качества коммуникаций
- Выявление новых проблем

**Ежемесячно:**

- Опросы заинтересованных сторон
- Анализ эффективности стратегий
- Корректировка планов взаимодействия

**По мере необходимости:**

- Анализ критических ситуаций

- Пересмотр стратегий взаимодействия
  - Управление конфликтами
- 

## 11. Эскалация проблем

### 11.1 Уровни эскалации

**Уровень 1:** Руководитель проекта решает проблемы с заинтересованными сторонами низкого приоритета

**Уровень 2:** Руководство компании участвует в решении проблем с заинтересованными сторонами высокого приоритета

**Уровень 3:** Заказчик (ИП Сорокин Г.В.) принимает участие в решении критических проблем

### 11.2 Процедуры эскалации

1. **Идентификация проблемы** - выявление конфликта или недовольства
  2. **Анализ влияния** - оценка влияния на проект
  3. **Выбор уровня эскалации** - определение необходимого уровня
  4. **Уведомление** - информирование соответствующих лиц
  5. **Решение** - совместная работа над решением
  6. **Документирование** - фиксация решения и уроков
-

## 12. Бюджет управления заинтересованными сторонами

Статья расходов	Сумма (руб.)	Обоснование
Коммуникационные мероприятия	30,000	Встречи, презентации, материалы
Обучение пользователей	50,000	Тренинги, обучающие материалы
Управление изменениями	25,000	Консультации, поддержка
Обратная связь и опросы	15,000	Проведение исследований
Управление конфликтами	20,000	Медиация, консультации
<b>Итого</b>	<b>140,000</b>	<b>27% от бюджета проекта</b>

---

## 13. Обновление плана

### 13.1 Триггеры обновления

- Выявление новых заинтересованных сторон
- Изменение уровня влияния или заинтересованности
- Появление конфликтов или сопротивления
- Изменение стратегии проекта

### 13.2 Процедура обновления

1. Идентификация необходимости обновления
2. Анализ изменений

3. Обновление реестра заинтересованных сторон
  4. Корректировка стратегий взаимодействия
  5. Уведомление команды проекта
  6. Утверждение обновлений
- 

## **14. Приложения**

### **Приложение А: Реестр заинтересованных сторон**

*Детальный реестр всех заинтересованных сторон с контактной информацией*

### **Приложение Б: Шаблоны коммуникаций**

*Шаблоны отчетов, презентаций и информационных материалов*

### **Приложение В: Формы обратной связи**

*Анкеты и формы для сбора обратной связи от заинтересованных сторон*