

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І
АРХІТЕКТУРИ**

Факультет автоматизації і інформаційних технологій
Кафедра управління проектами

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
ДО АТЕСТАЦІЙНОЇ РОБОТИ
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

на тему:

Управління проектом діджиталізації страхової компанії

Мацоли Олександра Васильовича

(прізвище, ім'я та по батькові студента повністю)

Київ 2022 р.

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

Факультет: Автоматизації і інформаційних технологій
Кафедра: Управління проектами
Освітній рівень: Магістр за освітньо-професійною програмою
Галузь знань: 12 Інформаційні технології
Спеціальність: 122. Комп'ютерні науки
Спеціалізація: Управління проектами

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Бушуєв С. Д.

«__» _____ 20__ року

ЗАВДАННЯ ДО ВИКОНАННЯ АТЕСТАЦІЙНОЇ РОБОТИ НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА

Мацоли Олександра Васильовича

(прізвище, ім'я та по батькові студента)

1. Тема роботи: Управління проектом діджиталізації страхової компанії
затверджена наказом ректора КНУБА № 1537/2 від «07» жовтня 2022 року
2. Керівник роботи:
к.т.н., Бушуєва Вікторія Борисівна
(прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
3. Строк подання студентом роботи до захисту: 14.12.2022
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які слід розробити):
 - Провести аналіз методологій з управління проектами та обрати необхідну для подальшої роботи.
 - Провести аналіз предметної галузі створюваного проекту, визначити цілі, здійснити маркетингові дослідження, розробити організаційну структуру
 - Розробити систему управління створюваним проектом
5. Графічний матеріал за розділами: був наданий в роботі відповідно до проведених досліджень та аналізу інформації.

6. Календарний план виконання роботи:

| Види робіт та їх зміст | Дата виконання |
|--|--------------------|
| Збір матеріалів обраного напрямку роботи | 10.09.2022 |
| Опрацювання та аналіз матеріалів роботи | 25.10.2022 |
| Вступ | 10.10.- 20.10.2022 |
| Розділ 1. | 21.10 - 31.10.2022 |
| Розділ 2. | 01.11 - 11.11.2022 |
| Розділ 3. | 12.11- 22.11.2022 |
| Висновки | 23.11- 25.11.2022 |
| Остаточне оформлення роботи | 25.11 - 01.12.2022 |
| Перевірка роботи на плагіат | 10.12.2022 |
| Попередній захист роботи на кафедрі | |
| Направлення роботи на рецензування | 20.12.21 |

7. Консультанти розділів атестаційної випускної роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Перевірів | |
|-----------|---|-----------|--------|
| | | дата | підпис |
| Розділ 1. | | | |
| Розділ 2. | | | |
| Розділ 3. | | | |

8. Дата видачі завдання _____

Зав. кафедри _____
(підпис)

Бушуєв С. Д.
(прізвище та ініціали)

Керівник _____
(підпис)

Бушуєва В.Б.
(прізвище та ініціали)

Студентка _____
(підпис)

Мацола О.В.
(прізвище та ініціали)

| | | | |
|---|--|--|--------------------------------|
| РЕЗЮМЕ (summary) до атестаційної випускної роботи студента: | | Мацола Олександр Васильович | |
| <i>ЗВО</i> | Київський національний університет будівництва і архітектури | | |
| <i>Тема</i> | Управління проектом діджиталізації страхової компанії | | |
| <i>Освітній ступінь</i> | Магістр за освітньо-професійною програмою навчання | | |
| <i>Факультет</i> | Автоматизації і інформаційних технологій | | |
| <i>Кафедра</i> | Управління проектами | | |
| <i>Спеціальність</i> | 122. Комп'ютерні науки | | |
| <i>Спеціалізація</i> | Управління проектами | | |
| <i>Керівник</i> | Бушуєва В.Б., к.т.н. | | |
| <i>Обсяг роботи:</i> | <i>пояснювальна записка, сторінок</i> | <i>розділів</i> | <i>слайдів презентації</i> |
| | 95 | 3 | |
| <i>Розділ 1. Теоретичний аналіз сучасних методологій управління проектами</i> | Визначено поняття проєкт та управління проєктами, розглянуто основні характеристики проєктів, порівняно між різними методиками з управління проєктами та визначено в якому випадку яку з них краще застосовувати. Було доведено що проведення діджиталізації в сучасних умовах є необхідним для розвитку бізнесу в цілому, та в страховій галузі зокрема. | | |
| <i>Розділ 2. Обґрунтування доцільності реалізації проєкту та аналіз ринку подібних рішень</i> | Проаналізовано поточний стан речей в компанії, середовищі реалізації проєкту, визначено зміни які необхідно провести для успішної реалізації проєкту. Було розроблено статут проєкту, описано вимоги до продукту проєкту та визначено склад команди реалізації проєкту. Проведено аналіз конкурентів та ринок подібних рішень. | | |

| | |
|---|--|
| <p><i>Розділ 3. Реалізація управління проєктом діджиталізації компанії</i></p> | <p>Визначено ієрархічну структуру робіт, необхідних для реалізації проєкту, на кожен роботу було визначено відповідальних осіб.</p> <p>За допомогою середовища Microsoft Project було розроблено план управління часом та визначено кошторис проєкту.</p> <p>Визначено політику в галузі якості та критерії якості програмного продукту.</p> <p>Розроблено план управління ризиками в проєкті, визначено найнебезпечніші з них, та розроблено методи протидії ним.</p> |
| <p><i>Висновки по роботі:</i></p> | <p>В атестаційній роботі на здобуття освітнього ступеня магістра було проаналізовано можливі методи та інструменти автоматизації управління проєктами.</p> <p>На основі отриманих даних було проведено аналіз та обґрунтована необхідність розробки проєкту діджиталізації компанії.</p> <p>Було розроблено статут проєкту в, якому було продемонстровано все необхідне для розробки проєкту.</p> <p>Було створено план управління проєктом, в якому було розглянуто взаємодію в команді, процес управління термінами, вартістю, ресурсами, закупівлями, якістю та ризиками.</p> |
| <p>Ключові слова: страхова компанія, поліс, програмний продукт, управління проєктом, застосування інформаційних технологій, проєкт.</p> <p>Keywords: insurance company, policy, software product, project management, application of information technologies, project.</p> | |

Укладач:

Мацола О. В.

Керівник:

Бушуєва В.Б.

« ___ » _____ 2022 р.

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І
АРХІТЕКТУРИ**

Факультет автоматизації і інформаційних технологій

Кафедра управління проектами

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Бушуєв С. Д.

« ___ » _____ 20__ року

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
ДО АТЕСТАЦІЙНОЇ РОБОТИ НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
МАГІСТРА**

Управління проектом діджиталізації страхової компанії

(назва)

Виконав студент групи: УП-61

Мацола Олександр Васильович

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

Спеціальність: 122. Комп'ютерні науки

Спеціалізація: Управління проектами

Керівник: Бушуєва В.Б.

(прізвище, ініціали,)

К.Т.Н.

науковий ступінь, вчене звання

Рецензент: _____

(прізвище, ініціали,)

_____ науковий ступінь, вчене звання

Київ 2022 р.

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП..... | 9 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ..... | 12 |
| 1.1 Проєкт, визначення поняття та основні особливості..... | 12 |
| 1.1.1 Життєвий цикл проєкту..... | 14 |
| 1.1.2 Типи проєктів в проєктному менеджменті..... | 17 |
| 1.1.3 Важливість проєктного менеджменту в діяльності організацій..... | 18 |
| 1.1.4 Ролі та зобов'язання в проєктах..... | 19 |
| 1.2 Методології з управління проєктами..... | 20 |
| 1.2.1 Методологія PMI..... | 20 |
| 1.2.2 Методологія PRINCE2..... | 22 |
| 1.2.3 Стандарти IPMA..... | 22 |
| 1.2.4 Методології Agile..... | 23 |
| 1.3 Цифрова трансформація, як необхідність для розвитку сучасного бізнесу.. | 29 |
| 1.3.1 Переваги запровадження цифрових технологій для страхової компанії.. | 30 |
| 1.3.2 Вплив діджиталізації на продажі послуг..... | 32 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1..... | 35 |
| 2. ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ТА АНАЛІЗ РИНКУ ПОДІБНИХ РІШЕНЬ..... | 36 |
| 2.1 Опис організації – середовища реалізації проєкту..... | 36 |
| 2.2 Обґрунтування доцільності реалізації проєкту..... | 38 |
| 2.3 Статут проєкту..... | 41 |
| 2.4 Опис та вимоги до продукту проєкту..... | 43 |

| | |
|--|----|
| 2.5 Аналіз існуючих рішень на ринку..... | 46 |
| 2.7 SWOT- аналіз проєкту..... | 56 |
| 2.8 Організаційна структура проєкту..... | 58 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2..... | 62 |
| РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТОМ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ КОМПАНІЇ..... | 63 |
| 3.1. WBS - структура проєкту..... | 63 |
| 3.2 Матриця відповідальності та план комунікації в проєкті..... | 66 |
| 3.3. Управління часом проєкту..... | 72 |
| 3.4. Управління витратами проєкту..... | 78 |
| 3.5. Управління якістю проєкту..... | 82 |
| 3.6. Управління ризиками проєкту..... | 85 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3..... | 90 |
| ВИСНОВКИ..... | 91 |

ВСТУП

Технологічний розвиток змусив людство увійти в епоху цифровізації, яка впливає на поведінку клієнтів, методи обробки, управління інформацією тощо. Перехід до цифрової епохи реорганізував економіку та бізнес-середовище організацій і, як наслідок, змінив спосіб роботи людей. Зараз явище діджиталізація розглядається як четверта промислова революція, яка різко змінює діловий світ. Таким чином, стійкість будь-якого бізнесу залежить від його здатності впоратися з новими викликами, пов'язаними з появою нових технологій.

Цифрову трансформацію можна інтерпретувати як зміну способу роботи бізнесу, ролей і пропозицій, викликану впровадженням цифрових технологій операційному середовищі організації. Діджиталізація спонукає бізнес використовувати різноманітні цифрові технології у своїх бізнес-процесах. Цифрові технології доповнюють та покращують існуючі продукти та послуги, що дозволяє створювати абсолютно нові бізнес-моделі. Тому підприємства повинні інвестувати в створення архітектури інформаційних технологій, щоб мати можливість скористатися інструментами та послугами, які їм відкриються. Страхова галузь не може бути відокремлена від вимог часу і повинна проводити цифрову трансформацію свого бізнесу. В усьому світі обсяги страхування життя продовжують зростати, що можна побачити з тенденції до збільшення загальних страхових премій та щільності страхування.

Епідемія COVID-19, що дуже вплинула на майже кожен сферу нашої діяльності, показала, наскільки є вразливим бізнес, що не може пристосуватись до змін та нових обставин.

Ті, хто повністю охоплює цифрову трансформацію, можуть отримати значні конкурентні переваги, задовольняючи потреби клієнтів завтрашнього дня — заохочуючи операційну гнучкість, щоб реагувати на мінливі очікування ринку.

Щоб досягти успіху, страховики повинні зрозуміти, що можливо, і вжити рішучих дій, щоб забезпечити ефективність зараз і запустити довгострокове зростання.

Мета атестаційної роботи - розробка інформаційної платформи для створення ефективної системи управління процесом діджиталізації страхової компанії, що оснований на сучасних підходах з управління проектами.

Об'єкт атестаційної роботи - система управління проектом діджиталізації страхової компанії.

Предмет дослідження – розробка інформаційної платформи для страхової компанії.

Задачі дослідження:

- 1) Визначити що таке проект, його види та методології управління;
- 2) З'ясувати суть поняття діджиталізація та інформаційна платформа;
- 3) Провести аналіз страхового ринку;
- 4) Розробити вимоги до продукту проекту;
- 5) Створити статут проекту;
- 6) Розробити WBS та OBS структури;
- 7) Розробити технічне завдання до продукту;
- 8) Розрахувати терміни та кошторис проекту;
- 9) Оптимізувати внутрішні процеси компанії для роботи з платформою;
- 10) Розробити маркетингову стратегію;
- 11) Впровадити продукт проекту в діяльність компанії.

Методи дослідження – в процесі виконання роботи будуть використані сучасні методи з управління проектами.

Для коректного визначення цілей Проєкту використовуватиметься методологія SMART, для аналізу переваг та недоліків буде проведено SWOT аналіз проєкту. Також в проєкті буде розроблена WBS та OBS структури.

Для створення календарного плану, розрахунку витрат та розподілення ресурсів буде використовуватись середовище MS Project.

Також у роботі будуть використані методи аналізу ризиків та розробки заходів з протидії та пом'якшення.

Структура роботи Робота включає в себе: вступ, 1, 2, 3 розділи, висновки та список використаної літератури. Результати дослідження можуть використовуватись для реалізації схожих проєктів.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ

1.1 Проєкт, визначення поняття та основні особливості

Проєкт — це унікальний тимчасовий набір дій, спрямований на досягнення запланованих цілей, які можна визначити в термінах результатах, або вигодах. Будь-який проєкт є тимчасовим, оскільки він має визначені терміни початку і кінця, і відповідно, визначений обсяг і ресурси. Також проєкт унікальний тим, що це не рутинна операція, а певний набір дій, призначених для досягнення окремої мети.

Управління проєктом — це застосування процесів, методів, навичок, знань і досвіду для досягнення конкретних цілей відповідно до критеріїв прийнятності в межах узгодженого терміну та бюджету, Управління проєктом має кінцеві результати, які обмежені кінцевим часом і бюджетом. Планування та організація ресурсів, організації з метою виконання конкретного завдання чи події. Управління проєктом зазвичай передбачає одноразовий проєкт, а не поточну діяльність, а керовані ресурси включають як людський, так і фінансовий капітал.[1]

Багато людей не розуміють що таке проєкт і часто плутають його з операціями. Це пов'язано з тим, що вони не володіють перерахованими вище якостями.

Як показано в наведеній нижче таблиці (див. табл. 1.1), операції, як правило, є поточними підприємствами без обмежених часових рамок і не є унікальними через їх рутинний характер.

Таблиця 1.1

Відмінності між проєктами та операційною діяльністю

| Проекти | Операційна діяльність |
|---------------------------------|--|
| 1 | 2 |
| Тимчасові (обмежені у часі) | Постійні |
| Забезпечує унікальний результат | Має постійний результат |
| Має інноваційний характер | Має повторювальний характер |
| Існує перед продуктом | Існує після продукту |
| Трансформаційний | Покращує ефективність звичайної практики |

Управління проєктами часто тісно пов'язане з інженерними проєктами, які, як правило, мають повний набір компонентів, які потрібно завершити та зібрати певним чином, щоб створити функціонуючий продукт. Керівники проєктів використовують візуальні представлення робочого процесу, наприклад різні діаграми, щоб визначити, які завдання мають бути виконані якими відділами.

Ключ до успішного управління полягає в зосередженні на:

- *Людах*. Найважливіший елемент успішного проєкту;
- *Продукті*. Проєктний продукт, який буде створено;
- *Процесі*. Набір вимог і завдань для людей для виконання роботи;
- *Проєкті*. Всі роботи, необхідні для втілення продукту в реальність.

Синергія всіх чотирьох аспектів разом дає змогу успішно керувати проєктами. [2]

1.1.1 Життєвий цикл проєкту

Існує багато фазових моделей, які можна використовувати для поділу проєкту на різні частини. Оскільки різноманітність проєктів є дуже великою, від простих до дуже складних, зазвичай виділяють чотири основні та одну додаткову фазу. У таблиці (див. табл. 1.2) подано загальний теоретичний огляд фаз, а також завдань, для яких слід модифікувати та адаптувати кожен проєкт.

Таблиця 1.2

Фази виконання проєкту

| Етап | Завдання етапу |
|--------------|---|
| 1 | 2 |
| 1.Ініціація | <ol style="list-style-type: none">1. Ситуативний аналіз;2. Визначення зацікавлених сторін;3. Формування «візії» проєкту;4. Визначення вимог до проєкту;5. Визначення ризиків та створення ризикової стратегії;6. Формування SMART цілей; |
| 2.Планування | <ol style="list-style-type: none">1.Фінальне формування списку зацікавлених сторін;2. Формування головних та другорядних цілей;3.Створення WBS структури ;4. Створення календарного плану ;5. Підрахунок необхідних ресурсів та витрат;6. Створення OBS структури;7.Візуалізація плану проєкту. |
| 3. Виконання | <ol style="list-style-type: none">1. Створення команди проєкту; |

| | |
|--|---|
| | 2. Фінальне погодження з зацікавленими сторонами; 3. Комунікативний менеджмент; 4. Вирішення конфліктів |
|--|---|

Продовження табл. 1.2

| 1 | 2 |
|---------------|--|
| 4. Моніторинг | 1. Контроль за виконанням робіт по проєкту; |
| 5. Завершення | 1. Перевірка відповідності результату до вимог; 2. Підсумковий звіт про результати; 3. Закриття проєкту 4. Оцінка того, які результати можна використати в наступних проєктах |

Фаза ініціації проєкту

Фаза ініціації проєкту знаменує собою початок проєкту. Як правило, проєкт буде розпочато у відповідь на можливість, яку потрібно дослідити, або проблему, яку потрібно вирішити. На самому початку потрібно провести аналіз витрат і вигод.

Частина аналізу витрат і вигод включає проведення техніко-економічного обґрунтування, визначення обсягу проєкту, визначення кінцевих результатів проєкту та зацікавлених сторін, залучених до створення бізнес-обґрунтування.

На цьому етапі потрібно розробити статут проєкту стає найважливішим документом, оскільки в ньому зазначена головна інформація, що відноситься до проєкту. Після того, як усі ці деталі перевірено та проєкт затверджено, проєкт офіційно стартує, проєктні групи збираються, і починається планування.

Фаза планування проєкту

Під час планування проєкту керівнику проєкту важливо розуміти вимоги та цілі проєкту. Етап планування є найважливішим для будь-якого проєкту, оскільки планування впливає на ризики та результати проєкту. На етапі планування розробляється план проєкту, щоб надати всім зацікавленим сторонам дорожню карту проєкту. У ньому описано всі дії, завдання, часові рамки, ролі, витрати, етапи, результати та інші залежності, необхідні для успішного виконання проєкту.

План проєкту має вирішальне значення на етапах виконання, моніторингу та закриття проєкту, оскільки в ньому деталізуються не лише цілі та завдання проєкту, але й «як» і «хто що робить» під час реалізації.

Етап виконання проєкту

Планування та виконання проєкту є двома основними етапами досягнення цілей проєкту. Етап виконання, як правило, найдовший і потребує найбільшого розподілу ресурсів у міру фактичного впровадження проєкту. На цьому етапі контроль над ресурсами проєкту, моніторинг прогресу проєкту та підтримка чіткої комунікації між усіма зацікавленими сторонами стають вирішальними.

Команда проєкту використовує WBS і календарний графік проєкту для виконання завдань, викладених у плані проєкту. Крім того, проводяться часті зустрічі команди, щоб звітувати про хід проєкту, оцінювати відхилення в проєкті, а також розглядати запити на зміни та оновлювати план проєкту, якщо такі є. Керівник проєкту гарантує, що він тримає всіх зацікавлених сторін в курсі прогресу проєкту за допомогою звітів про стан. Спілкування має відповідати плану спілкування. Після того, як готові результати, кінцевий продукт доставлений і прийнятий замовником відповідно до критеріїв прийнятності, проєкт готовий до закриття.

Етап моніторингу та контролю

Хоча моніторинг і контроль призначені для перевірки всього процесу управління проєктом, це зручніше на етапі виконання. Моніторинг і контроль здійснюються, щоб переконатися, що проєкт рухається в правильному напрямку

та в межах визначеного обсягу. Коли проєкт просувається за планом, ризик мінімізується.

В ідеалі моніторинг фактичної продуктивності проєкту порівнюється із запланованою продуктивністю та відповідним планом дій, вжитих у разі виникнення розбіжностей.

Фаза закриття

Проєкт закривається після того, як він досяг поставлених цілей і продукт готовий до випуску та доставки клієнту. Ця остання фаза також відома як наступна фаза, коли керівник проєкту та команди збираються разом, щоб обговорити події та ідеї проєкту на заключній зустрічі. Вони підведуть підсумки всього життєвого циклу, щоб витягти з нього уроки та висновки, визначити сильні сторони та можливості для вдосконалення та задокументувати їх разом з іншими проєктними даними для подальшого використання.

Іноді проєкт закривається до завершення, в основному через невдачу.

1.1.2 Типи проєктів в проєктному менеджменті

Хоча багато проєктів мають однакові характеристики, вони ніколи не бувають однаковими. Таким чином, вони поділяються на різні категорії на основі різних факторів. Важливо класифікувати проєкти, оскільки це допомагає організації висвітлити їх особливості та знайти найбільш прийнятний підхід до їх виконання.

Типи проєктів за джерелом фінансування:

- *Громадські проєкти*, джерелом фінансування яких є уряд або державні установи;
- *Приватні проєкти*, які приватно фінансуються бізнесом або венчурним капіталом;

- *Гібридні проекти*, джерело фінансування яких є як приватним, так і державним.

Типи проектів за змістом проекту:

- *Будівельні проекти* – це ті, результатом яких є артефакт, наприклад, проект розробки ІТ-системи.

- *Бізнес-проекти впровадження*, спрямовані на запровадження нової/покращеної функції або зміни в бізнес-системах чи процесах.

- *Дослідницькі проекти* виконуються з метою пошуку знань або розуміння для прийняття рішень.

- *Проекти закупівель*, які встановлюють відносини В2В для пошуку продуктів та/або послуг.

Види проектів за часом їх реалізації :

- *Звичайні проекти* – це проекти, для виконання яких відведено достатній час; як такі, вони пройдуть через життєвий цикл проекту, щоб отримати очікувану якість результату.

- *Проекти стихійних лих* — це імпровізовані проекти, які передбачають дуже великі капіталовкладення з мінімальним часом виконання.

- *Аварійні проекти* – це проекти, виконання яких потребує додаткових витрат протягом короткого періоду часу, а фази проекту, як правило, збігаються.

1.1.3 Важливість проектного менеджменту в діяльності організацій

Управління певним проектом дозволяє компанії стати більш конкурентоспроможною на своєму ринку. Для управління кожним окремим проектом може використовуватись спеціальне програмне забезпечення яке може ніде більше не застосовуватись , при цьому кожен проект має унікальні вимоги.

Проектні менеджери керують усіма аспектами проекту, від планування до введення корегувальних змін, а також роблять все, щоб все було зроблено вчасно відповідно до календарного плану. Вони знають, як зробити так, щоб зробити все якісно, при цьому заощаджуючи кошти компанії. Проектні менеджери розробляють стратегію, яка дозволяє їм організувати та керувати співробітниками, дотримуватись термінів і доводити проект до завершення. Від них очікують вирішення будь-яких проблем, що виникають під час виконання проекту, дозволяючи керівникам організацій займатися іншими аспектами бізнесу.

Загальне завдання або мета управління проектами полягає в тому, щоб планувати та реалізовувати в життя інновації, які допомагають вирішувати виклики – незалежно від того, що це за проект. Проектний менеджмент щороку стає дедалі необхіднішим у нашому складному світі. Отже, можемо зробити висновки, що управління проектами буде невід'ємною частиною процесів розвитку бізнесу в майбутньому.

1.1.4 Ролі та зобов'язання в проектах

Успішні менеджери проектів повинні вміти адаптовуватись до тих чи інших обставин, які можуть виникнути в ході реалізації. Зацікавленими сторонами проекту можуть бути люди різних культур, віку, та з певними професійними особливостями. Гарному управлінцю потрібно завжди знаходити взаєморозуміння з такими людьми та уникати конфліктних ситуацій, які можуть серйозно вплинути на якість.

Для успішного проекту також дуже важлива готовність до роботи і відкритість усіх зацікавлених сторін. В іншому випадку це призводить до нових непорозумінь і конфліктів. На фазі ініціації потрібно провести розподіл ролей та зобов'язань, ці зобов'язання повинні бути донесені та прийняті усіма зацікавленими сторонами.

1.2 Методології з управління проєктами

Теорія та практика управління проєктами надали нам велику кількість практично застосовних методологій для ефективного управління проєктом. Методологія управління проєктом являє собою набір методів, технік, процедур, найкращих практик тощо, які використовуються в проєкті. Зазвичай вони базуються на конкретному підході до управління проєктом, який визначає набір принципів і вказівок, які визначають спосіб управління проєктом. Найвідомішими методологіями управління проєктами є: PMI, IPMA, PRINCE2, Agile тощо. Це в основному методології процесів і вони включають певні під процеси або фази в управлінні проєктом. Основна проблема цих методологій полягає в тому, що вони зазвичай пропонуються незалежно від типу проєкту. Проте очевидно, що відмінності між структурами окремих груп проєктів досить великі; отже, методи управління цими проєктами також мають відрізнятися. Залежно від особливостей і типу проєкту, філософії управління та культури організації, яка керує проєктом, слід обрати певну методологію. Це означає необхідність визначення конкретних методологій для деяких груп подібних проєктів.

Теорія і практика управління проєктами пропонують і застосовують ряд методологій з більшим чи меншим успіхом. Ці методології в основному пропонуються національними або міжнародними асоціаціями управління проєктами, а також певними організаціями та установами.

1.2.1 Методологія PMI

Методологія PMI була розроблена великою та потужною асоціацією керівників проєктів – Project Management Institute (PMI) із США та представлена в

довіднику Project Management Body of Knowledge – PMBoK. Це методологія процесу, яка пропонує керувати проектом за областями знань:

- *управління інтеграцією проекту*, яке включає процеси та дії для ідентифікації, об'єднання, уніфікації та координації різних процесів і дій з управління проектом у групах процесів управління проектом;

- *управління обсягом проекту* – включає процеси, необхідні для забезпечення того, щоб проект включав усю роботу, необхідну для успішного завершення проекту;

- *управління часом* – включає процеси, пов'язані з визначенням часових аспектів проектів і процесів, необхідних для управління своєчасним завершенням проекту;

- *управління витратами* – процеси, пов'язані з плануванням вартості проекту, бюджетуванням, фінансуванням, контролінгом для завершення проекту в межах затвердженого бюджет;

- *управління якістю* – включає процеси, які дозволяють завершити проект відповідно до необхідної якості та задовольнити потреби, для яких він був розпочатий;

- *управління людськими ресурсами* – процеси, які організують, керують і керують командою проекту;

- *управління комунікаціями* – займається збиранням та використанням всієї інформації, пов'язаної з виконанням проекту;

- *управління закупівлями* – включають процеси, пов'язані із закупівлею матеріалів і продуктів, необхідних для виконання проекту;

- *управління ризиками* – включає процеси проведення планування управління ризиками, ідентифікації, аналізу, планування реагування та контроль ризиків у проекті;

- *управління зацікавленими сторонами проекту* – процеси, необхідні для ідентифікації та аналізу зацікавлених сторін, їхніх очікувань, а також для розробки відповідних стратегій управління для ефективного залучення зацікавлених сторін до прийняття рішень та виконання проекту. [4]

1.2.2 Методологія PRINCE2

Методологія PRINCE2 була розроблена у Великій Британії з метою управління інформаційними/комп'ютерними проектами. Пізніше її було змінено та розширено, щоб її можна було використовувати й для інших проектів. З огляду на те, що вона в основному орієнтована на комп'ютерні проекти, ця методологія наполягала на гарній комунікації та залученні клієнтів до процесу управління проектом, на розподілі проектів на фази та на орієнтації на очікувані результати проекту. Методологія PRINCE 2 складається з дев'яти основних елементів: Організація; Планування; Контроль; Фази; Управління ризиками; Якість у проектному середовищі; Управління конфігурацією; Контроль змін. Процес управління проектом, що здійснюється за допомогою методології PRINCE2, найчастіше спостерігається через вісім основних підпроцесів: запуск проекту; Ініціація проекту; Фазовий контроль; Менеджмент на основі результатів; Управління фазовими обмеженнями; Планування; Керівництво проектом і закриття проекту. На додаток до цієї широкої версії пропонується вужча версія, яка містить чотири основні підпроцеси: запуск проекту; Ініціація проекту; Реалізація проекту та закриття проекту. Враховуючи складність цієї методології, її реалізація вимагає всебічного знання управління проектом, щоб включити всі основні елементи та основні підпроцеси.

1.2.3 Стандарти IPMA

Бачення IPMA полягає в тому, щоб «Сприяти розвитку компетентності в суспільстві, щоб створити світ, у якому всі проекти будуть успішними». Тому

IPMA визначила міжнародний стандарт компетенцій у сферах управління проектами, програмами та портфоліо. Для фізичних осіб було визначено IPMA Individual Competence Baseline. На основі ICB4 було також визначено базовий рівень компетентності IPMA для тренерів і консультантів у сфері проектів, програм і портфоліо, ICB4CST (див рис 1.1).



Рис.1.1 Сфери компетенції IPMA

ICB4 — це міжнародний стандарт компетентності для менеджерів проектів, програм і портфоліо. Компетенція, необхідна для кожної з цих областей, визначається в таких сферах компетенції:

- «Люди»: як ви взаємодієте з оточуючими людьми та самим собою;
- «Практика» приклади роботи: потрібна для проектів, програм і портфоліо.
- «Перспектива» ініціатив, які ви запускаєте: контекст, у якому здійснюється ініціатива, і зв'язок із тим, що потрібно досягти.

1.2.4 Методології Agile

На відміну від традиційного підходу, філософія гнучкого управління проектами була представлена як спроба зробити розробку програмного забезпечення більш гнучкою та ефективною. Він швидко став галузевим

стандартом управління проектами. За оцінками, близько 95 відсотків організацій у тій чи іншій формі прийняли Agile. У той же час, залишилося багато роботи, щоб зробити практику зрілою.

Гнучкі методології використовують ітеративний підхід до розробки програмного забезпечення. На відміну від простої лінійної моделі водоспаду, гнучкі проекти складаються з кількох менших циклів – спринтів. Кожен із них — це проект у мініатюрі: він має відставання та складається з етапів проектування, впровадження, тестування та розгортання в рамках заздалегідь визначеного обсягу робіт.

Наприкінці кожного спринту доставляється потенційно придатний для доставки продукт. Таким чином, з кожною ітерацією до продукту додаються нові функції, що призводить до поступового зростання проекту. Оскільки функції перевіряються на ранніх стадіях розробки, шанси отримати потенційно невдалий продукт значно нижчі. Давайте підсумуємо основні аспекти (див. табл. 1.3) Agile:

Таблиця 1.3

Відмінність традиційних та гнучких методологій

| Традиційні методології: | Agile методології: |
|---|---|
| 1 | 2 |
| Постійний процес | Послідовний процес |
| Тверда структура проекту | Гнучка структура проекту |
| Проектна документація є точною та детальною | Проектна документація є попередньою |
| Технологія виконання проекту чітко визначена та не змінюється | Технологія виконання проекту може змінюватися |
| Можливі зміни | Постійні зміни |
| Рідкісні зустрічі з клієнтом | Регулярні зустрічі з клієнтом |
| Багатофункціональна команда | Самоорганізована команда |
| Високий авторитет керівника проекту | Не дуже високий авторитет керівника |

Agile — це загальний термін для широкого розмаїття методологій і технік, які поділяють описані вище принципи та цінності. Кожен з них має свої сфери застосування і відмінні риси. Найпопулярнішими фреймворками та практиками є Scrum, Kanban, Lean, Перш ніж обговорювати їх більш детально, давайте розглянемо їх основні характеристики (див. табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Основні особливості різних гнучких методологій

| Фраємворк | Основні особливості |
|-----------|---|
| 1 | 2 |
| SCRUM | <ul style="list-style-type: none"> – Весь обсяг робіт розбитий на короткі відрізки – спринти; – Тривалість одного спринту 1-4 тижні; – Люди які приймають участь в розробці, мають чітко визначені ролі. |
| Kanban | <ul style="list-style-type: none"> – Розробка побудована на візуалізації робочого процесу; – Поточна робота (WIP) має пріоритет; – Існує n обмежених у часі циклів розробки; – Команда може змінити план розробки в будь-який момент. |
| Lean | <ul style="list-style-type: none"> – Сприяє швидкій розробці ПЗ з меншими зусиллями; – Цикл розробки максимально короткий; – Продукт постійно вдосконалюється; – Команда є незалежною та має широке коло обов'язків; – Розробники залучені до формування концепції продукту. |
| Гібридна | <ul style="list-style-type: none"> – Поєднання Waterfall та Agile; – Гнучка розробка ПЗ проводиться в умовах водоспаду. |

Scrum: найпоширеніша гнучка структура для регулярної доставки випусків

Scrum — це домінуюча гнучка методологія, яка визначає хід процесу. Його використовують виключно 58 відсотків організацій, а ще 18 відсотків компаній поєднують його з іншими методами.

Scrum спрямований на підтримку тісної співпраці між людьми, які працюють над складними продуктами, і деталі змінюються або додаються. Він заснований на систематичній взаємодії між трьома основними ролями з визначеною відповідальністю: Scrum Master, Product Owner і команди..

Scrum Master є центральною фігурою в проєкті. Його основний обов'язок — усунути всі перешкоди, які можуть завадити команді ефективно працювати.

Product Owner, зазвичай клієнт або інша зацікавлена сторона, бере активну участь у проєкті, передаючи глобальне бачення продукту та надаючи своєчасний відгук про виконану роботу після кожного спринту.

Команда Scrum — це між функціональна та самоорганізована група людей, яка відповідає за впровадження продукту. Вона має складатися з 3 до 7 членів команди, щоб залишатися гнучкою та продуктивною. Останнім часом акцент було зміщено з самоорганізованої scrum-команди на самокеровану, тобто команда сама вирішує, хто, що, коли та як робитиме всередині.

Основна одиниця роботи в scrum – спринт – це короткий цикл розробки, який необхідний для створення продукту, який можна відправляти. Зазвичай спринт триває від 1 до 4 тижнів: більш тривалим ітераціям бракує передбачуваності та гнучкості, які є основними перевагами Scrum. Не маючи стандартної тривалості (якщо вона становить менше 4 тижнів), усі спринти в рамках проєкту повинні мати фіксовану тривалість. Це полегшує планування та відстеження прогресу (див. рис 1.2).

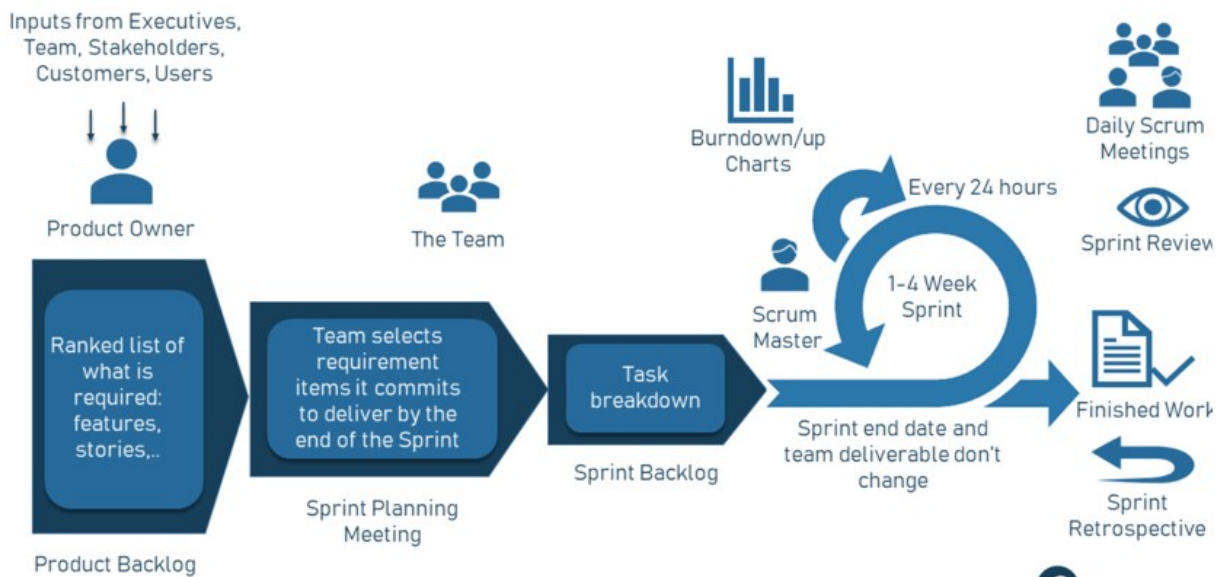


Рис 1.2 Життєвий цикл по методології SCRUM

Беклог продукту — це впорядкований список функцій, які можуть знадобитися в кінцевому продукті проєкту. Це єдине джерело вимог. Беклог продукту оновлюється, коли змінюються або додаються нові вимоги, виправлення, функції та деталі.

Беклог Спринту – це список завдань, які команда має виконати, щоб забезпечити приріст функціонального програмного забезпечення наприкінці кожного Спринту. Іншими словами, члени команди домовляються про те, які товари постачати, і визначають план, як це зробити.

Kanban: комплексне рішення для обробки незавершених робіт

Kanban — це ще одна поширена структура, яка використовується для впровадження гнучкого управління проєктами. Тим не менш, 43 відсотки компаній заявили, що вони використовують Kanban як один із підходів Agile. Kanban — це простий, але потужний підхід до розробки програмних продуктів. Його витоки сходять до візуальної системи карток, які використовувалися на виробництві Toyota як метод контролю виробництва.

У перекладі з японської як «візуальний сигнал», Kanban зосереджується на візуалізації робочого процесу та визначає пріоритетність незавершеної роботи

(WIP) (див. рис 1.3), обмежуючи її обсяг, щоб ефективно відповідати можливостям команди.



Рис 1.3 Дошка Kanban

Як тільки завдання буде виконано, команда може взяти наступний елемент із конвеєра. Таким чином, процес розробки пропонує більшу гнучкість у плануванні, швидшу реалізацію, чіткі цілі та прозорість.

У Kanban, на відміну від Scrum, не потрібні стандартні процедури в рамках процесу, а також фіксовані ітерації. Розробка проєкту базується на візуалізації робочого процесу за допомогою дошки Kanban, яка зазвичай представлена липкими нотатками та дошками або онлайн-інструментами, такими як Trello.

Використовуючи Kanban, команди можуть робити невеликі випуски та адаптуватися до мінливих пріоритетів. На відміну від Scrum, тут немає спринтів із заздалегідь визначеними цілями. Канбан зосереджений на виконанні невеликих фрагментів роботи в міру їх появи. Наприклад, якщо тестувальники знаходять помилки в продукті, розробники намагаються їх негайно виправити. Kanban, наприклад, добре працює після основного випуску продукту та підходить для цілей оновлення та обслуговування.

1.3 Цифрова трансформація, як необхідність для розвитку сучасного бізнесу.

Цифрова трансформація — це фундаментальна зміна в тому, як організація працює, спілкується та взаємодіє з клієнтами. Це руйнування «традиційного» способу роботи, щоб стати більш цифровим. Йдеться також про розвиток цифрової культури та підвищення кваліфікації людей у вашій компанії, оскільки для трансформації потрібна команда.

Види цифрової трансформації

Багато організацій зосереджуються на організаційній трансформації, але є чотири типи цифрової трансформації, які потрібно враховувати, щоб усвідомити її повну цінність. До них належать:

- *Трансформація процесів* . Це зосереджено на ваших процесах, таких як дані, аналітика, штучний інтелект та будь-який процес, який може сприяти зниженню витрат і підвищенню операційної ефективності в бізнесі.

- *Трансформація бізнес-моделі* – йдеться про фундаментальні зміни в тому, як працює бізнес чи організація, що може включати персонал, процеси та технології..

- *Трансформація домену* – ця сфера пропонує чудову можливість перейти в нову область або сферу, яку бізнес, можливо, не досліджував раніше, завдяки придбанню нових технологій.

- *Культурна/організаційна трансформація*. Йдеться про переосмислення мислення, процесів, можливостей і навичок для цифрового світу. Йдеться про просування цифрової трансформації через ініціативи зростання, які ґрунтуються на новій культурі та способі мислення

1.3.1 Переваги запровадження цифрових технологій для страхової компанії

Страхові компанії розуміють важливість передових технологій, оскільки клієнти хочуть знати та вірити, що вони пов'язані зі страховою компанією, яка використовує новітні технології та інструменти, щоб надати їм найкращий користувацький досвід. Застосування цифрових страхових рішень є найкращим шляхом уперед, і страховики, а також страхувальники швидко побачать різноманітні переваги, такі як:

1. Зменшення вартості внутрішніх процесів

Технології значною мірою долають розрив між страховою компанією та страхувальником. Це можливо завдяки стандартизації та миттєвій та порівнянній інформації. Традиційний метод маркетингу, який передбачає великі витрати на операційні витрати, особливо на рекламу та інфраструктуру, значно скоротився з появою цифрового маркетингу. Маючи перевагу у витратах, страховики можуть передати вигоду клієнтам. За відсутності агента або брокера існує прямий контакт між страховиком і клієнтом.

2. Покращує безпеку

На відміну від паперових страхових полісів, ризик втрати або пошкодження поліса виключається. Електронна форма страхового полісу є безпечною і може бути доступна для страхувальника будь-де та будь-коли. Крім того, цифрове страхування пропонує захист від неправильного продажу та шахрайства з боку брокерів або дистриб'юторів.

3. Зручність здійснення транзакцій

Сучасні клієнти вимагають швидкого та миттєвого вирішення своїх потреб. Онлайн-транзакції пропонують легкість участі в різних процесах, пов'язаних зі страхуванням. Крім того, онлайн-транзакції можна здійснювати з дому та в будь-який час, що забезпечує зручність для клієнтів. Крім того, завдяки оцифровці

процесу, пов'язаного з покупкою, поновленням і претензіями, уся процедура спрощується, що збагачує загальний досвід клієнта.

4. Підтримує відповідність нормативним вимогам

Будь-які неправильні продажі страховими агентами або брокерами виключаються, оскільки клієнти повинні самостійно пройти весь процес придбання страховки безпосередньо в страховій компанії. Клієнти мають можливість порівняти кілька страхових компаній та їхні продукти, перш ніж вибрати відповідне страхове покриття.

5. Покращує пізнаваність бренду

Цифровий маркетинг прагне інформувати клієнтів про продукти страхової компанії через веб-сайт, який пропонує інформативний і якісний вміст. Страховики можуть використовувати свої облікові записи в соціальних мережах, програми, текстові повідомлення та маркетинг електронною поштою, щоб підвищити пізнаваність бренду серед потенційних клієнтів.

6. Покращує після продажне обслуговування

Хоча початкова реакція на етапі придбання страхового полісу може дати клієнтам правильний досвід, існує загальне враження, що після продажу полісу про клієнтів забувають. Однак із цифровим страхуванням після продажне обслуговування, як-от процес подання претензії, проходить без проблем, оскільки пропонується без паперовий переклад. Крім того, страхові компанії використовують свої контакти в соціальних мережах для отримання відгуків і скарг для вирішення проблем. Таким чином вони можуть надавати кращі після продажні послуги набагато швидше порівняно з традиційними страховими компаніями.

1.3.2 Вплив діджиталізації на продажі послуг

Страхові брокери повинні надавати персоналізований, корисний і цінний досвід кожному зі своїх клієнтів, водночас відстоюючи свою додаткову цінність, допомагаючи клієнтам у виконанні певних фінансових зобов'язань і загальному фінансовому благополуччі.

Щоб подолати виклики, страховий брокер 2022 року повинен використовувати технології для вдосконалення своїх бізнес-операцій і ефективного надання страхових продуктів і страхових послуг своїм клієнтам. Технології відіграють усе більш помітну роль, і зараз очікується, що брокери будуть повністю цифровими компаніями, які покладаються на програмне забезпечення для страхування, щоб надавати наступні послуги та функції:

1. Цифрові процеси для адаптації клієнтів

Щоб спростити адаптацію, програмне забезпечення можна використовувати для запуску цифрових процесів КУС (Знай свого клієнта). Деякі з наданих функцій можуть включати зручний онлайн-додаток, який заповнюється в цифровому вигляді та прискорює процес надання страхових котирувань. Це дозволяє брокерам краще пізнати своїх клієнтів і прокласти шлях до довгострокових відносин.

2. Страхові пропозиції в реальному часі та цифрові страхові поліси

Сьогодні клієнтам потрібен швидкий доступ до інформації, і вони не готові днями чекати на пропозиції. Використовуючи програмне забезпечення, брокери можуть збирати й оновлювати інформацію, надану страховими компаніями, щоб надавати інформацію, яку шукають покупці. Цифрові страхові поліси, які можна підписувати електронним способом, є ще одним способом спростити процес. Усе це означає, що менше часу витрачається на збір даних і більше на підтримання стосунків із клієнтами.

3. Інструменти співпраці

Особливо коли йдеться про складні страхові поліси та страхові контракти, страховим брокерам потрібні потужні та ефективні інструменти співпраці, які дозволять їм працювати з іншими членами команди, клієнтами та страховиками протягом усього процесу страхування. Розширені функції, такі як відео чат або можливість спілкуватися шляхом додавання коментарів безпосередньо до заявки чи документів політики, також роблять співпрацю легшою та інтуїтивно зрозумілішою.

4. Онлайн-інструменти порівняння пропозицій

Онлайн-інструменти порівняння пропозицій перетворилися з простих порівнянь на платформи з розширеними функціями брокера. Користувачі можуть порівнювати всі вхідні дані з пропозицій, отриманих від страховиків, а також змінювати конкретні умови та пункти, такі як частка ризику або провідний страховик/страховик-учасник, якщо це дозволено страховиками. Такі інструменти легко інтегрувати з програмним забезпеченням страховиків і надавати зворотний зв'язок у реальному часі, якщо пропозицію було прийнято чи відхилено, або коли користувачам потрібна додаткова інформація.

5. Управління претензіями за допомогою автоматизованої обробки претензій

Традиційна роль брокерів змінюється, і вони повинні обслуговувати клієнтів протягом усього життєвого циклу – від продажу до управління претензіями та консультування щодо ризиків. Сучасне модульне програмне забезпечення може допомогти їм легко та просто додати ці послуги до своїх пропозицій без необхідності виривати та замінювати існуючі рішення.

6. Інструменти для залучення нових клієнтів і допомоги їм утримувати існуючих

Цифровізація означає, що охопити нових клієнтів легше, ніж будь-коли. Інструменти цифрового маркетингу допомагають страховим брокерам залучати нових клієнтів і утримувати існуючу клієнтську базу, пропонуючи їм краще обслуговування клієнтів. Брокери також можуть ділитися з ними відповідною інформацією за допомогою інформаційних бюлетенів електронною поштою, мобільних додатків або каналів соціальних мереж, забезпечуючи більшу додану вартість.

7. Інструменти бізнес-аналітики

Щоб випередити конкурентів, вам потрібно розуміти поведінку клієнтів і ринкові тенденції. Доступна велика кількість даних – від датчиків Інтернету речей до моделей поведінки клієнтів – які можна використовувати за допомогою розширеного аналізу даних

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Метою даного розділу роботи було проаналізувати та обговорити що таке проєкт, його види, відмінність від звичайних операцій, можливості впровадження вже існуючих методологій управління проєктами для різних типів проєктів. Було проведено короткий аналіз методологій, запропонованих та впроваджених у практику управління проєктами (PMI, IPMA, PRINCE 2 та інші). Проаналізовано особливості цих методологій з урахуванням можливостей їх реалізації.

Результати проведеного аналізу показали, що загальні характеристики традиційних методологій роблять їх більш придатними для впровадження у більші та складніші проєкти. На відміну від них, загальні характеристики гнучких методологій дозволяють зробити висновок, що ці методології більше підходять для використання в ІТ-проєктах, а також для деяких менших і менш складних проєктах, таких як проведення різноманітних досліджень, звітів про проєкти тощо.

Також ми з'ясували, що являє собою поняття діджиталізація, якою вона може бути, її види та вплив на діяльність та прибуток комерційних організацій, зокрема для страхового ринку.

2. ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ТА АНАЛІЗ РИНКУ ПОДІБНИХ РІШЕНЬ

2.1 Опис організації – середовища реалізації проєкту

Страхова компанія «АВТОГАРД» – це надійна страхова компанія загальнонаціонального масштабу, яка постійно розвивається та працює на страховому ринку України з 1996 року.

Компанія діє на підставі 31 ліцензії на впровадження обов'язкових та добровільних видів страхування, що створює широкий асортимент страхових продуктів, які ми можемо запропонувати клієнтам.

Страхова компанія «АВТОГАРД» входить в топ 20 найбільший страхових компаній України за всіма показниками по автотранспортному страхуванню (за 2021 рік), а саме:

- Кількості отриманих страхових премій (15 місце);
- Загальний розмір виплаченого відшкодування (12 місце);
- Загальній кількості клієнтів (10 місце)
- Кількості застрахованих ТЗ по програмі ОСЦВВНТЗ (8 місце)
- Кількості застрахованих ТЗ по програмі КАСКО (7 місце)

Також страхова компанія «АВТОГАРД» є постійним членом Моторно (транспортного) страхового бюро України з 2005 року. З 2017 року приєдналась до процедури прямого врегулювання збитків від МТСБУ.

Компанія має унікальний досвід професійної діяльності в галузі страхування, що дозволяє пропонувати індивідуальні страхові рішення та забезпечувати якісний сервіс по всій Україні. Це можливо завдяки потужній регіональній мережі та професійній команді.

Регіональна мережа СК до 24.02.2022 року мала представництва в усіх областях України, окрім тимчасово окупованої АР Крим. На сьогоднішній день компанія має 90 офісів в 20 областях України.

На даний момент компанія має 3 основних видів договорів (див. рис 2.1).

- Поліси ОСЦВВНТЗ – складають 65% всіх договорів
- Договори КАСКО – приблизно 25%
- Інші договори комплексного страхування – 10%

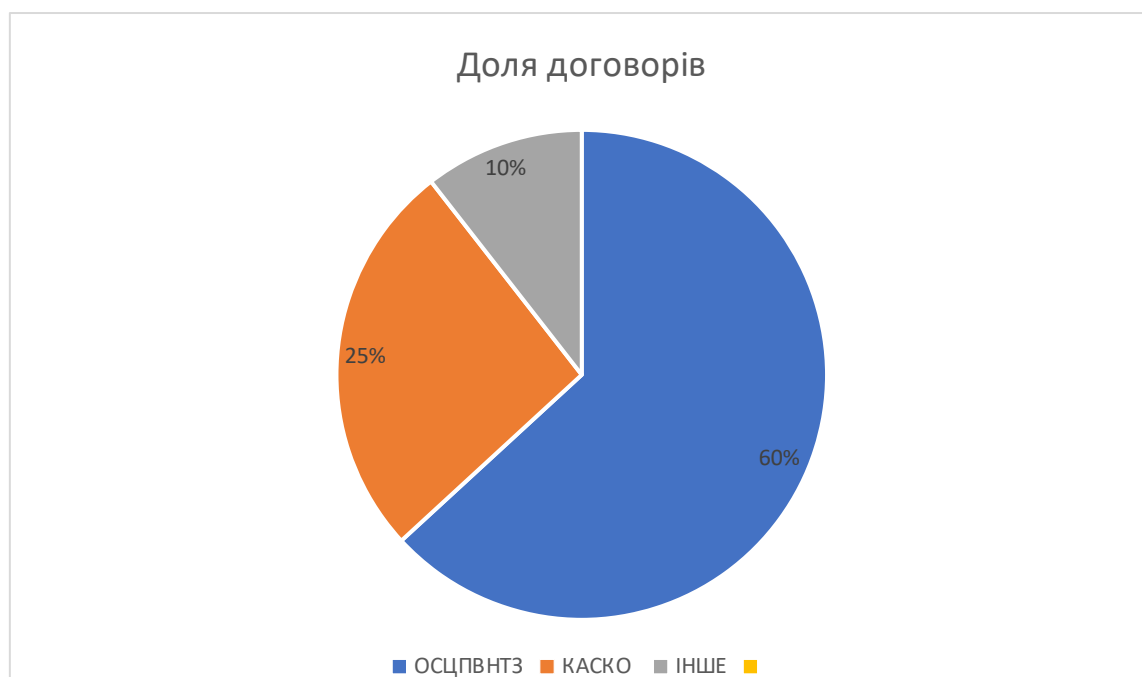


Рис.2.1 Розподіл договорів

Форма власності страхової компанії – Акціонерне товариство.

Організаційна структура (див. рис. 2.2)

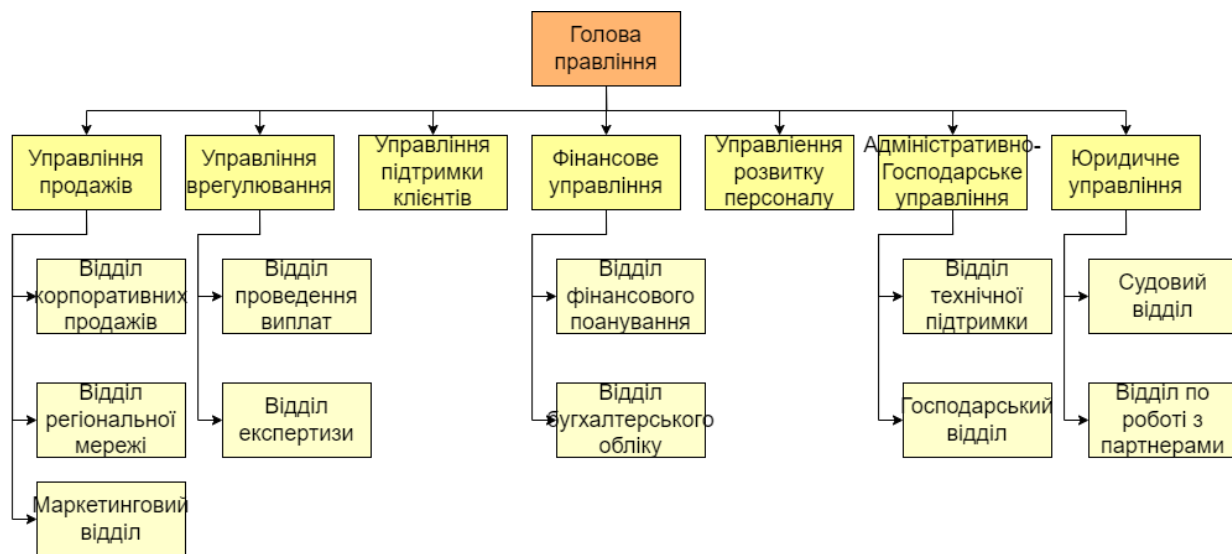


Рис.2.2 Організаційна структура компанії «АВТОГАРД»

2.2 Обґрунтування доцільності реалізації проєкту

.Для того щоб зрозуміти що предмет дослідження є актуальним, та на ринку взагалі це комусь потрібно необхідно проаналізувати тенденцію розвитку електронного страхування в Україні.

Відповідно до законодавств, починаючи з 07.02.2018 забезпечується можливість укладання внутрішніх договорів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (які діють виключно на території України) в електронній формі.

За підсумками 2020 року кількість електронних договорів ОСЦПВ склала 3,05 млн. шт., що в 2,5 рази більше, ніж в 2019 році. Загальна сума страхових платежів за електронними договорами досягла 2,6 млрд. грн. (+176%).

Більше третини від всього обсягу договорів ОСЦПВ оформлено саме в електронному вигляді, а саме 37%, тоді як в 2019 р. вона становила 15%, а в 2018 р. – лише близько 2% (див рис 2.3).

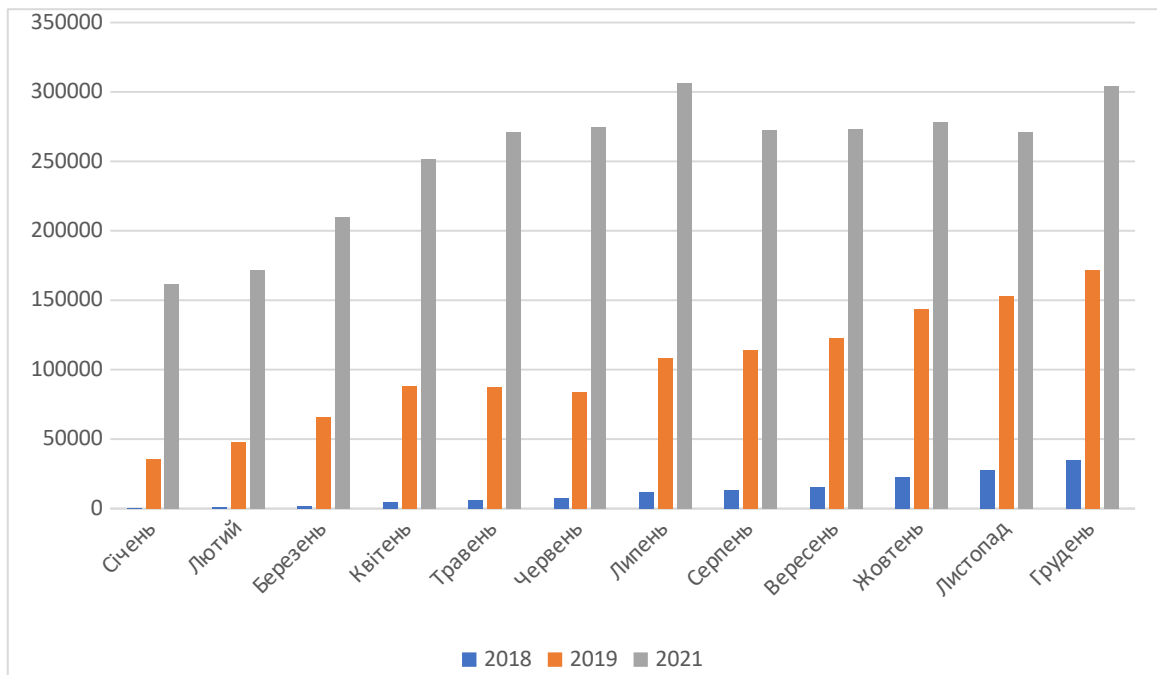


Рис.2.3 Тенденції поширення електронного страхування в Україні

Також за останні роки суттєво покращились показники складання європротоколу в електронному вигляді. В 2019 їх було складено 1620 шт. , в 2020 році – 4628, що в два рази більше.

Керуючись даною статистикою, ми бачимо що темпи зростання та доля продажів електронного ОСЦПВ невинно зростає. На це також дуже сильним чином вплинуло повномасштабне вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року. В результаті цього майже всі відділення страхових компаній в Україні були зачиненні, та отримати поліс було можливо лише в електронному вигляді.

За даними МТСБУ, у січні-квітні 2022-го в Україні було оформлено на третину менше полісів ОСЦПВ— ніж за такий же період торік. Але доля оформлених полісів саме в електронному вигляді зросла, що допомогло збільшити загальну кількість проданих електронних полісів навіть в умовах воєнного стану.

Що стосується КАСКО, По каско загальної статистики, на жаль, немає, але дані гравців ринку свідчать про суттєве падіння продажів і цих полісів. Наприклад, в СК «Провідна» кажуть, що за перші п'ять місяців 2022-го кількість

оформлених полісів добровільного страхування знизилась на 22% в порівнянні з аналогічним періодом минулого року.

Наочно демонструють настрої клієнтів щодо придбання каско (див. рис. 2.4)



Рис. 2.4 Настрої клієнтів після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну

На ньому ми бачимо, що рівень зацікавленості клієнтів та бажання купувати договори КАСКО суттєво впав, але однією з причин цього, є складність оформити договори онлайн, і необхідність відвідувати центри продажів компанії.

З 1 вересня кожна з 12 страхових компаній, які є повноправними учасниками МТСУ (з правом укладення міжнародного договору страхування «Зелена карта»), надала можливість автовласникам укласти такий договір в електронному вигляді.

У перші дні запровадження електронної «Зеленої карти» (1-6 вересня 2022 року) понад 60% договорів міжнародного страхування було укладено цифровим способом.

Загальна кількість міжнародних договорів страхування, що відносяться до цього періоду, становить 34 тис., з них 21 тис. – електронні договори.

Ключовими перевагами при укладанні електронного договору на відміну від паперового є:

- укладення договору страхування за кілька хвилин без приїзду в офіс компанії, достатньо гаджета з підключенням до Інтернету;
- клієнт точно знає дату початку та закінчення дії договору страхування, тому що його повідомляють про укладення договору та оплату в день укладення договору;
- клієнту не потрібно турбуватися про збереження договору страхування, оскільки всі дані, пов'язані з договором, зберігаються на сервері компанії.

2.3 Статут проєкту

1. Проєкт та продукт проєкту

Назва проєкту: Діджиталізація страхової компанії «АВТОГАРД»

Суть проєкту: Проведення комплексу дій з діджиталізація страхової компанії, зокрема розробка програмного продукту, що автоматизує внутрішні процеси компанії та покращить користувацький досвід клієнта.

Стратегія проєкту: Покращення робочих умов працівників компанії, шляхом автоматизації процесів та створення нового приємного досвіду для клієнтів при взаємодії з компанією.

Тривалість проєкту : до 12 місяців

Класифікаційні ознаки :

- Тип проєкту – середній, інвестиційний
- По складності – середньої складності
- По строкам реалізації – середній
- По рівню учасників – територіальний

- По характеру цільової задачі – маркетинговий
 - По вимогам до якості – стандартний
2. Вимоги до продукту та його характеристики:
- Доступність з будь-якого місця та гаджету;
 - Зрозумілість і простота в використанні;
 - Високий рівень захищеності;
 - Приємний інтерфейс;
 - Зручність придбання та розриву полісів
 - Широкий асортимент послуг
3. Гарантії проєкту:
- Розробка продукту- 9 місяців;
 - Інтеграція та тестування 2 місяці;
 - Навчання персоналу;
4. Вимоги до постачання товарів та обладнання:
- Устаткування і забезпечення:
- комп'ютери;
 - доступ до інтернету;
 - принтер, факс, сканер;
 - серверне обладнання;
5. Обмеження в проєкті:
- бюджет проєкту
 - термін виконання робіт

6. Допущення в проєкті:

- Зміна в функціоналі продукту

7. Початковий опис робіт по проєкту:

- попередній аналіз проєкту;
- аналіз доцільності і вигідності реалізації проєкту;
- складання бачення реалізації проєкту.

8. Попередній розрахунок вартості проєкту:

- Укрупнена вартість проєкту

9. Вимоги до конфігурації:

- інформація проєкту повинна бути чіткою, достовірною та лаконічною;
- бажання всіх членів команди проєкту та працівників компанії працювати для успішної реалізації проєкту, що в результаті покращить якість обслуговування.

10. Зацікавлені сторони проєкту

- Працівники компанії, адже проєкт направлений в тому числі на покращення умов їх праці;
- Клієнти компанії, адже їм буде набагато зручніше користуватись послугами;
- Акціонери компанії, адже це збільшить прибуток компанії;
- Партнери, адже це полегшить взаємодію з компанією;

2.4 Опис та вимоги до продукту проєкту

Продукт проєкту: Програмний продукт, що включає версію для працівників та клієнтів.

Цілі продукту:

- Оптимізувати робочі процеси компанії;
- Покращити сервіс та користувацький досвід клієнтів.

Бізнес вимоги до продукту:

- Автоматизація процесів документообігу;
- Зручність оформлення та розірвання договорів страхування;
- Можливість переглянути стан розгляду справи та зв'язатись зі спеціалістом що її веде;
- Система повинна спростити роботу страховим агентам та брокерам;
- Веб додаток повинен бути приємним на вигляд та зручним в користуванні.

Функціональні вимоги до продукту :

1) Для клієнта:

- Можливість оформлення та розривання договорів;
- Можливість переглядати стан розгляду вже відкритих справ;
- Можливість завантажувати документи та отримувати документи через додаток;
- Чат з спеціалістом компанії.

2) Для працівників:

- Ведення страхових справ за допомогою системи, не користуючись папером;
- Перевірка дійсності страхових договорів
- Сортування та пошук договорів за ПІБ страхувальника чи № договору.
- Вивантаження звітів

Алгоритми взаємодії з системою для клієнта та працівника відповідно зображені на на рисунках знизу (див. рис 2.5 та рис. 2.6)

Не функціональні вимоги до продукту:

- Доступ до системи 24/7;
- Адаптованість до всіх популярних браузерів;
- Наявність мобільної версії клієнтського додатку;
- Вивантаження звітів в .xls;
- СУБД SQL Server;
- Мова програмування HTML, JavaScript, CSS, PHP.

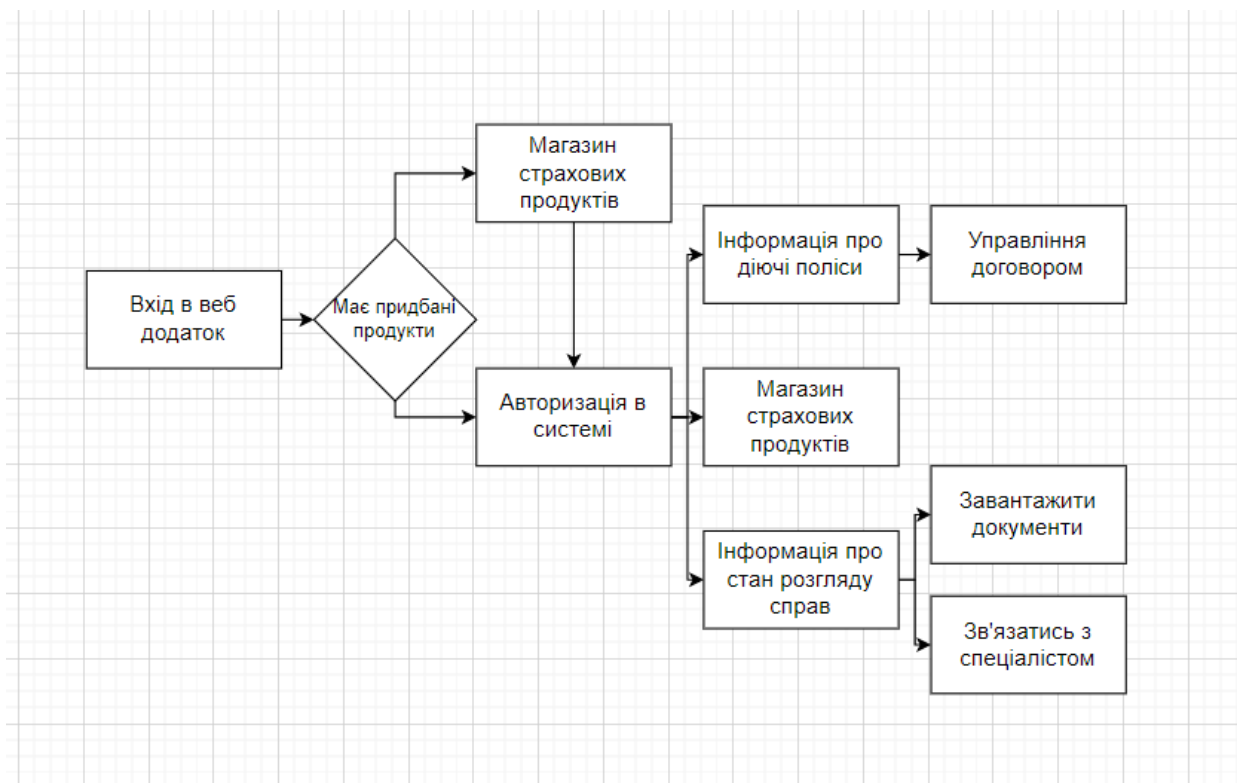


Рис 2.5 Алгоритм взаємодії клієнта з додатком

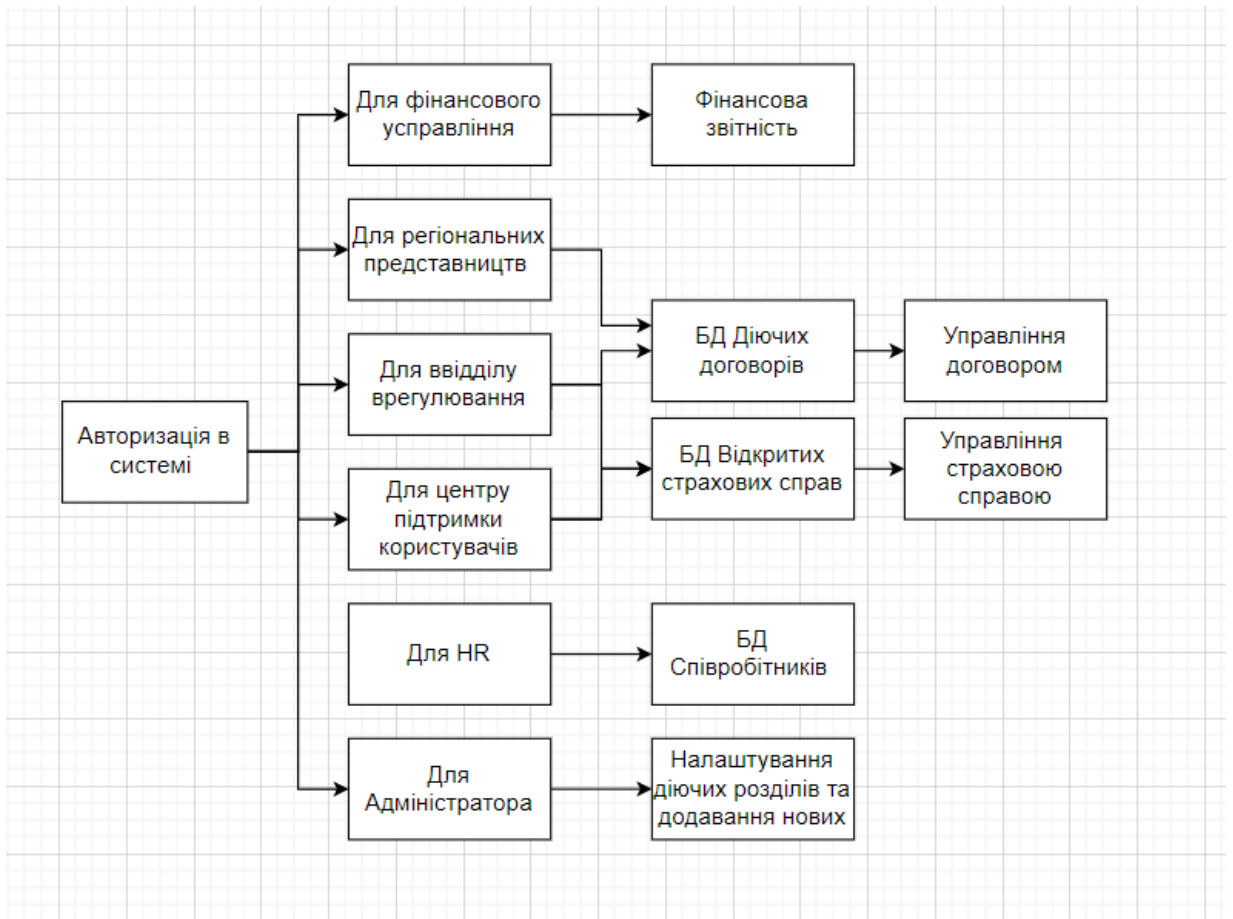


Рис 2.6 Алгоритм взаємодії працівника з додатком

2.5 Аналіз існуючих рішень на ринку

Конкуренція присутня зараз практично у будь-якій сфері бізнесу. Вона дає стимул розвиватися, активізує появу нових продуктів та послуг, покращення їх якості та сервісу.

- Перш ніж виходити на ринок, Ви маєте поставити собі такі запитання:
- Чим компанія відрізняється від конкурентів, переваги, недоліки?
- Чи є конкурентоздатними товари чи послуги Вашої фірми?
- Чи є конкурентоздатною ціна на них?

Що нового, унікального, додаткового Ви зможете запропонувати ринку?

Страховий ринок використовує сучасні цифрові технології, як він це робить показано в таблиці (див. табл. 2.1)

Цифрові технології, що можуть бути використані в страхуванні

| Технологія | Механізм використання та застосування на страховому ринку |
|--|---|
| 1 | 2 |
| Веб-сайт | Сукупність веб сторінок та залежного вмісту, доступних у мережі Інтернет, які об'єднані як за змістом, так і за навігацією під єдиним доменним ім'ям під єдиним доменним ім'ям. |
| Соціальні мережа | Допомагає компаніям постійно спілкуватись з клієнтам, шляхом зручного донесення певної інформації, та отримання фідбеку |
| Чат-бот | Програма що дозволяє з'єднати клієнта з спеціалістом підтримки в режимі текстової переписки. |
| ІР телефонія | Технологія, що допомагає клієнту звернутись за допомогою спеціаліста підтримки клієнтів в режимі реального часу за допомогою стільникового зв'язку. |
| Відеохостинг | Сервіс, що надає послуги з розміщення відеоматеріалів на певну тематику |
| Хмарні технології | Технології розподіленої обробки цифрових даних, за допомогою яких комп'ютерні ресурси надаються інтернет-користувачеві як онлайн-сервіс |
| Телематика | Збір інформації про поведінку водія за кермом . На основі цієї інформації страхова компанія може формувати спеціальні умови для клієнта. |
| Автоматизовані системи перевірки достовірності страхових полісів | Спеціальні ресурси, що шукають в базах даних інформацію по наявних договорах, та надають її клієнту. |

У дослідженні використовувалася інформація, оприлюднена на офіційних сайтах страхових компаній України. Одним із перших напрямків цифрової трансформації страхового ринку України стало створення офіційних сайтів страхових компаній та їх інформаційне наповнення. Тому спочатку проведемо аналіз веб сайтів страхових компаній, та з'ясуємо яка частина з них має власний веб-сайт. У дослідженні, яке охоплює 232 страхові компанії, дані отримано з Державного реєстру фінансових установ (табл. 2.2). Офіційний сайт страхової компанії досить легко знайти в пошуковій системі Google та інших. Провівши аналіз робимо висновок, що приблизно 20% діючих компаній навіть не мають власного веб-сайту. Причини не роботи або не функціонування офіційних веб-сайтів страхових компаній можна визначити, проаналізувавши, наприклад, місце реєстрації страхових компаній або дату, коли вони були зареєстровані. Наприклад, з 45 страхових компаній які не мають офіційного сайту, зареєстровані в семи східних областях України – це міста Маріуполь, Макіївка, Донецьк, Луганськ; три – в тимчасово окупованій АР Крим. Інші страхові компанії зареєстровані в інших областях України.

Сім з цих страхових компаній зареєстровано лише в 2018-2019 роках, тобто розпочали свою діяльність зовсім недавно. Інші страхові компанії зареєстровані переважно в Києві, найчастіше у 2004 році. З цих кілька компаній мають фіктивні ознаки про що свідчить те що, Національна комісія з цінних паперів і бірж на своєму офіційному сайті повідомила про припинення їх діяльності.

Статистика веб-сайтів страхових компаній України

| Показник | Кількість СК | Кількість, СК, що мають офіційні веб-сайти | Частка, СК, що мають офіційні веб-сайти | Частка, СК, що не мають офіційних веб-сайтів |
|-----------------------|---------------------|---|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Загальна кількість СК | 140 | 112 | 80 | 20 |
| СК «non life» | 127 | 108 | 85 | 15 |
| СК «life» | 13 | 5 | 36 | 64 |

Можемо спрогнозувати, що ті компанії, які не повноцінно здійснюють свою діяльність та не створили офіційний сайт або мають ознаки фіктивності, через певний час припинять своє існування. За оцінками, найближчими роками страховий ринок втратить близько 20 страховиків. Іншими словами, відсутність офіційного веб-сайту страхової компанії свідчить про те, що така страхова компанія була створена з метою, далекою від страхової діяльності, або що страхова компанія знаходиться в процесі припинення.

Крім того, дослідження веб-сайтів українських страхових компаній виявило таку тенденцію: якщо в страхову групу входять страхувальники ризиків і страхувальники життя, вони іноді мають об'єднаний веб-сайт, який містить інформацію про обох. у страхуванні життя та страхуванні ризиків. Наприклад, на страховому ринку України працюють такі спільні майданчики: ПрАТ «ГРАВЕ Україна» та ПрАТ «ГРАВЕ Україна Страхування життя»; ПрАТ «УНІКА» та ПрАТ «Страхова компанія «УНІКА ЛАЙФ»; ПрАТ «СК «ПЗУ Україна» та ПрАТ «Компанія зі страхування життя «ПЗУ Україна»; ПрАТ «Страхова компанія

«Мега ГАРАНТ» та ПрАТ «Страхова компанія «МЕГА-ГАРАНТІЯ»; ПрАТ «Інго Україна» та ПрАТ «Спільна компанія зі страхування життя «Інго Україна».

Інформація, що розміщена на офіційному порталі компанії відіграє важливу роль в оцінці її діяльності та якості компанії. На офіційному веб-сайті активної української страхової компанії тепер часто зустрічаються наступні сторінки: «Головна сторінка», де можна швидко дізнатися, які особливості та переваги має певна компанія, які види страхування пропонує; «Про компанію», тут описується ліцензії, що має компанії, її історію та іншу додаткову інформацію. Також іноді зустрічається інформація про керівництво компанії. [11]

Правила страхування містять вичерпну інформацію про те, якою страховою послугою бажає скористатися потенційний клієнт. Лише 12% досліджених сайтів страхових компаній публікують правила страхування. Звичайно, не кожен пересічний громадянин, який укладає договір страхування, може проаналізувати і зрозуміти правила страхування, але ознайомитися з ними при укладенні договору страхування варто і необхідно. Публікація такої інформації дозволяє зрозуміти, наскільки відкрита ця страхова організація. У таблиці (див. табл. 2.3) показано елементи цифрових технологій, які використовує страхова компанія на своїх офіційних сайтах. Як видно з даних табл. 3, показник страхових компаній, які створюють страхові калькулятори на офіційних сайтах, становить 23%, усі ці компанії походять зі страхування ризиків. Страховий калькулятор потрібен для того, щоб потенційний клієнт міг визначити вартість договору страхування онлайн.

Функціональність сайтів конкурентів

| Елементи технологій | СК , «non life» | СК, «life» |
|--|-----------------|------------|
| 1 | 2 | 3 |
| Калькулятор вартості | 23 | - |
| Онлайн-магазин, ут.ч.: | 19 | 3 |
| З одним страховим продуктом | 6 | - |
| З двома і більше страховими продуктами | 13 | - |
| Онлайн оплата | 10 | - |
| Особистий кабінет | 9 | 3 |
| Зв'язок через соціальні мережі | 29 | 3 |

Важливим елементом цифровізації стало те, що страхові компанії зрозуміли тренд і активно почали створювати інтернет-магазини. У них ви можете не тільки придбати внутрішнє та міжнародне страхування електронної відповідальності, але й замовити онлайн страхування майна, туристичне страхування, каско, медичне страхування та страхування від нещасних випадків.

Пропонована страховими компаніями опція «онлайн-оплата» базується на співпраці з банківськими установами та активно впроваджується на страховому ринку. Частка страховиків, які пропонують таку послугу, досить низька і становить лише 10% від загальної кількості страховиків, які мають офіційний сайт, але ця цифрова технологія активно впроваджується в діяльність страховиків. [12]

Переглядаючи сайти страхових компаній, варто враховувати, що на офіційних сторінках є посилання на мобільні додатки. Нині ними володіють такі страхові компанії: ПрАТ «СК «Уніка», ПрАТ «Княжа Вієнна Іншуранс Груп», ПрАТ «Інго Україна», ПрАТ «Українська СК «Аска», ТОВ «СК «Грінвуд Лайф» та Інші Страхові компанії, їхні існуючі додатки допомагають клієнтам розрахувати вартість страхового договору, сплатити страхову премію онлайн, записатися на прийом до лікаря та завантажити особисті документи, необхідні для страхової виплати. Першою такою компанією стала страхова компанія «ВТБ Страхування». Також страхова компанія «АСКА» для покращення своєї роботи у онлайн режимі розробила додаток «Мобільний страховий агент», який дає можливість оформити і продати страховий поліс за допомогою телефону чи планшету, що полегшує процедуру введення до інформаційної бази страхової компанії необхідних даних, зменшення паперового документообігу, ухилення від введення обліку та звірки страхових полісів, забезпечення швидкої їх оплати (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Запити конкурентів в пошуку Google

| Страховик | Кількість запитів в Google за місяць | Наявність в інтернеті |
|-------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| АСКА | 328 | Сайт, Facebook, додаток в PlayMarket |
| ОРАНТА | 736 | Сайт, Facebook |
| Країна | 555 | Сайт, Facebook, YouTube, Instagram |
| ІНГО Україна | 137 | Сайт, Facebook, Google+, Twitter |
| Універсальна | 563 | Сайт, Facebook, Google+ |
| ТАС | 326 | Сайт, Viber, Telegram, WhatsApp |
| УСГ | 283 | Сайт, Facebook, Viber |
| Альфа страхування | 700 | Сайт, |

| | | |
|--|--|---------------------------------------|
| | | Facebook, YouTube, Instagram, Twitter |
|--|--|---------------------------------------|

На даний момент 37 страхових компаній мають право укласти договори в електронному вигляді.

ТОП-10 страховиків за кількістю укладених електронних договорів ОСЦПВ в грудні 2020 року [21] (див табл 2.5).

Таблиця 2.5

Статистика продажів електронних полісів в Україні

| № | Страховик | Кількість електронних полісів | Премія, грн |
|----|-------------------|-------------------------------|-------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | PZU Україна | 53 581 | 45 033972 |
| 2 | VUSO | 48 716 | 34 623 971 |
| 3 | Княжа | 25 875 | 15 215 257 |
| 4 | Провідна | 18 449 | 11 219 248 |
| 5 | ТАС | 10 365 | 5 817 462 |
| 6 | Оранта | 7 825 | 5 560 082 |
| 7 | АСКО | 6 856 | 4 047 668 |
| 8 | Альфа Страхування | 6 623 | 6 144 106 |
| 9 | АСКА | 6 580 | 4 872915 |
| 10 | Арсенал | 5 492 | 3884387 |

2.6 Місія та SMART- цілі проекту

Переходимо до наступного кроку, а саме визначення місії проекту. Для успішної реалізації проекту потрібно вирішити запитання щодо його місії, а саме: «Навіщо цей проект потрібний? Яка з нього користь? Чим він кращий за інші?». Тому зараз я відповім ці питання

Навіщо цей проєкт потрібний?

Зараз в Україні страховий ринок, один з тих що залишається дуже консервативним та повільно змінюється. Через це в українців дещо негативне відношення до страхових, компаній, через їх непрозорість. Однією з задач проєкту є змінити відношення клієнтів до страхових компаній.

Яка користь з цього проєкту?

Одне слово – «діджиталізація». Йти в ногу з часом та наслідувати різним тенденціям є одним із заporук успішного бізнесу. Даний проєкт покликаний зробити саме це.

Чим мій проєкт кращий за інші?

При процесі цифрової трансформації багато деталей не помічають та не вбачають. Адже це все робиться тими самими спеціалістами ІТ відділу. Мало хто користується послугами проєктного менеджера, а робить все навмання не включаючи різні фактори, як це робить менеджер проєкту.

Місія проєкту визначає проблему, яку ми намагаємося вирішити, або мету, яку ми хочемо досягти. Вона включає мету, фокус і цілі того, що ми намагаємося зробити. Місія описує, як команда працюватиме, щоб забезпечити продукт, послугу чи результат.

Місія проєкту повинна згуртовувати людей і організацію. І це один з тих факторів , що допоможе реалізувати задумане. Місія проєкту, як і всі частини стратегічного плану, допоможе зосередити команду на тому, над чим потрібно працювати, а над чим працювати не потрібно.

Місія проєкту діджиталізації компанії визначається так: Створити новий приємний користувацький досвід для клієнтів компанії .Довести, що страхування-просто та швидко.

Цілі є частиною кожного аспекту бізнесу/життя та забезпечують орієнтацію, мотивацію, чітку спрямованість і пояснюють важливість. Ставлячи цілі, ви

надаєте собі мету, до якої потрібно прагнути. Ціль SMART використовується для спрямування встановлення цілей. SMART — це аббревіатура, яка означає «конкретний», «вимірний», «досяжний», «реалістичний» і «обмежений в часі». Таким чином, ціль SMART включає всі ці критерії, щоб допомогти зосередити ваші зусилля та збільшити шанси на досягнення вашої мети.

Цілі SMART:

Конкретні: чітко визначений, чіткий і недвозначний

Вимірювані: з конкретними критеріями, які вимірюють ваш прогрес у досягненні мети

Досяжні: досяжний і не неможливий для досягнення

Реалістичні: доступний, реалістичний і відповідає меті вашого життя

Вимірювані в часі: з чітко визначеним графіком, включаючи дату початку та цільову дату.

Цілі за методологією SMART для нашого проєкту виглядають наступним чином:

S - Розробка та впровадження інформаційної системи керування процесами компанії, переведення документообігу в електронний вигляд, створення зручного веб-додатку для клієнтів.

M - Розробка програмного продукту з внутрішніми інвестиціями компанії у розмірі 1 550 000 000 грн.

A - Управління проєктом діджиталізації використовуючи наявні внутрішні ресурси компанії за допомогою команди проєкту та з залученням необхідних спеціалістів.

R - Задоволення потреб сучасного світу, що активно використовує ІТ технології.

T - Термін реалізації проєкту – 12 місяців.

За наступні 2 роки стати одним з лідерів електронного страхового ринку України (увійти до переліку п'яти компаній з найбільшою кількістю укладених електронних договорів)

2.7 SWOT- аналіз проєкту

SWOT-аналіз — це сукупність сильних і слабких сторін, можливостей і загроз проєкту.

Основна мета SWOT-аналізу – допомогти організаціям розвинути повне усвідомлення всіх факторів, які беруть участь у прийнятті бізнес-рішень.

SWOT-аналіз (сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози) – це процес планування, який допомагає вашій компанії подолати виклики та визначити, які нові напрямки слід шукати.

Основна мета SWOT-аналізу – допомогти організаціям розвинути повне усвідомлення всіх факторів, які беруть участь у прийнятті бізнес-рішень. SWOT-аналіз зосереджується на чотирьох елементах аббревіатури, що дозволяє компаніям визначити сили, що впливають на стратегію, дію чи ініціативу. Знання цих позитивних і негативних елементів може допомогти компаніям ефективніше повідомити, які частини плану потрібно визнати.

Під час розробки SWOT-аналізу зазвичай створюється таблиця, поділена на чотири стовпці, щоб перерахувати кожен впливаючий елемент поруч для порівняння. Сильні та слабкі сторони зазвичай не збігаються з переліченими можливостями та загрозами дослівно, хоча вони повинні співвідноситися, оскільки в кінцевому підсумку вони пов'язані разом.

Внутрішні фактори

Сильні сторони (S) і слабкі сторони (W) стосуються внутрішніх факторів, які є доступними для вас ресурсами та досвідом.

Нижче наведено деякі внутрішні фактори, які зазвичай вважаються:

- Фінансові ресурси (фінансування, джерела доходу та інвестиційні можливості)
- Фізичні ресурси (розташування, приміщення та обладнання)
- Людські ресурси (співробітники, волонтери та цільові аудиторії)
- Доступ до природних ресурсів, торгових марок, патентів і авторських прав
- Поточні процеси (програми для співробітників, ієрархії відділів і програмні системи, як-от програмне забезпечення CRM і бухгалтерське програмне забезпечення)

Зовнішні фактори

Зовнішні сили впливають на кожну компанію, організацію та людину. Незалежно від того, чи пов'язані ці фактори прямо чи опосередковано з можливістю (О) чи загрозою (Т), важливо відзначити та задокументувати кожен із них.

Зовнішні фактори – це зазвичай речі, які ви чи ваша компанія не контролюєте, як-от:

- Тенденції ринку (нові продукти, технологічний прогрес і зміни в потребах аудиторії)
- Економічні тенденції (місцеві, національні та міжнародні фінансові тенденції)
- Фінансування (пожертви, законодавчі органи та інші джерела)
- Відносини з постачальниками та партнерами
- Політичні, екологічні та економічні норми

SWOT-аналіз для нашого проєкту виглядає наступним чином (див. табл. 2.6):

SWOT-аналіз проєкту

| <i>Сильні сторони</i> | <i>Слабкі сторони</i> |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Веб додаток має додатковий функціонал, який не мають конкуренти; - Цілодобова підтримка клієнтів; - Покращення умов праці для співробітників; - Доступність страхових послуг з будь-якої точки України. | <ul style="list-style-type: none"> - Подібні рішення є на ринку, тобто ідея не нова; - Для реалізації проєкту потрібно перенавчати персонал; - При втраті електроживлення чи інтернету паралізується діяльність компанії. |
| <i>Можливості</i> | <i>Загрози</i> |
| <ul style="list-style-type: none"> - Збільшити кількість клієнтів, та їх задоволення якістю послуг; - Розширення асортименту страхових послуг; - Проведення рекламних кампаній з акцентом, що страхування це просто та зручно. - Отримання більш кваліфікованого персоналу. | <ul style="list-style-type: none"> - Витік конфіденційних даних з серверу компанії; - Конкуренти створюватимуть подібні рішення; - Зміни в законодавстві. |

2.8 Організаційна структура проєкту

Організаційна структура проєкту є необхідною конфігурацією для визначення ієрархії людей, їхніх функцій, робочого процесу та системи звітності.

Це фактор у бізнесі, який відіграє фундаментальну роль у керуванні та визначенні способу, яким організація здійснює свою діяльність.

Існують різні організаційні структури проєкту, визначені відповідно до сфери, в якій працює організація, і діяльності, пов'язаної з основним бізнесом.

Якщо організація, наприклад, має справу з тимчасовими роботами, структура, ймовірно, краще керуватиме наймом і звільненням працівників за потреби.

З іншого боку, якщо організація бере участь у виробничому ланцюжку, який вимагає безперервної роботи, вона матиме іншу структуру. У цьому випадку завдання буде полягати в тому, щоб підтримувати співробітників протягом більш тривалого часу для досягнення цілей організації.

У міру того як організації ростуть або їхні потреби змінюються, організаційна структура повинна адаптуватися для підтримки нових цілей.

Кожна організація повинна мати чітко визначену організаційну структуру, щоб ефективно працювати та досягати своїх цілей з меншими ризиками та перешкодами. На сучасному ринку організації повинні бути дуже конкурентоспроможними, ефективними та динамічними, щоб виживати та розвиватися. Насправді зацікавлені сторони стають все більш обізнаними та вимогливими та хочуть швидких відповідей. Тому, щоб задовольнити потреби клієнта і вижити на ринку, кожна організація повинна побудувати організаційну структуру, здатну якнайкраще підтримувати її цілі.

Отже, команда проєкту діджиталізації буде виглядати наступним чином:

Керівник проєкту.

Його основні функції:

- врегулювання питань із зацікавленими сторонами проєкту.
- планування проєкту та контроль за виконанням планів;
- підготовка звітності для замовника;

- контроль фінансів проєкту.

Відділ розробки. До цього відділу входять : керівник ІТ департаменту, 3 програмісти, дизайнер, тестувальник, та системний адміністратор.

Основні функції:

- Розробка програмного продукту;
- Тестування та впровадження продукту;
- Подальша підтримка продукту

Відділ планування. До нього входять: аналітик, бухгалтер.

Основні функції:

- Моніторинг ринку;
- Управління витратами в проєкті.

Відділ зовнішніх комунікацій. Спеціаліст по комунікаціям, юрист.

Функції:

- Погодження та отримання дозволів в державних структурах, що регулюють діяльність СК;
- Співпраця з партнерами та посередниками.

Відділ адаптації персоналу. Головний HR

Функції:

- Навчання персоналу цифрової грамотності та користуванням системою

OBS- структура проєкту зображена на рисунку (див. рис. 2.7)

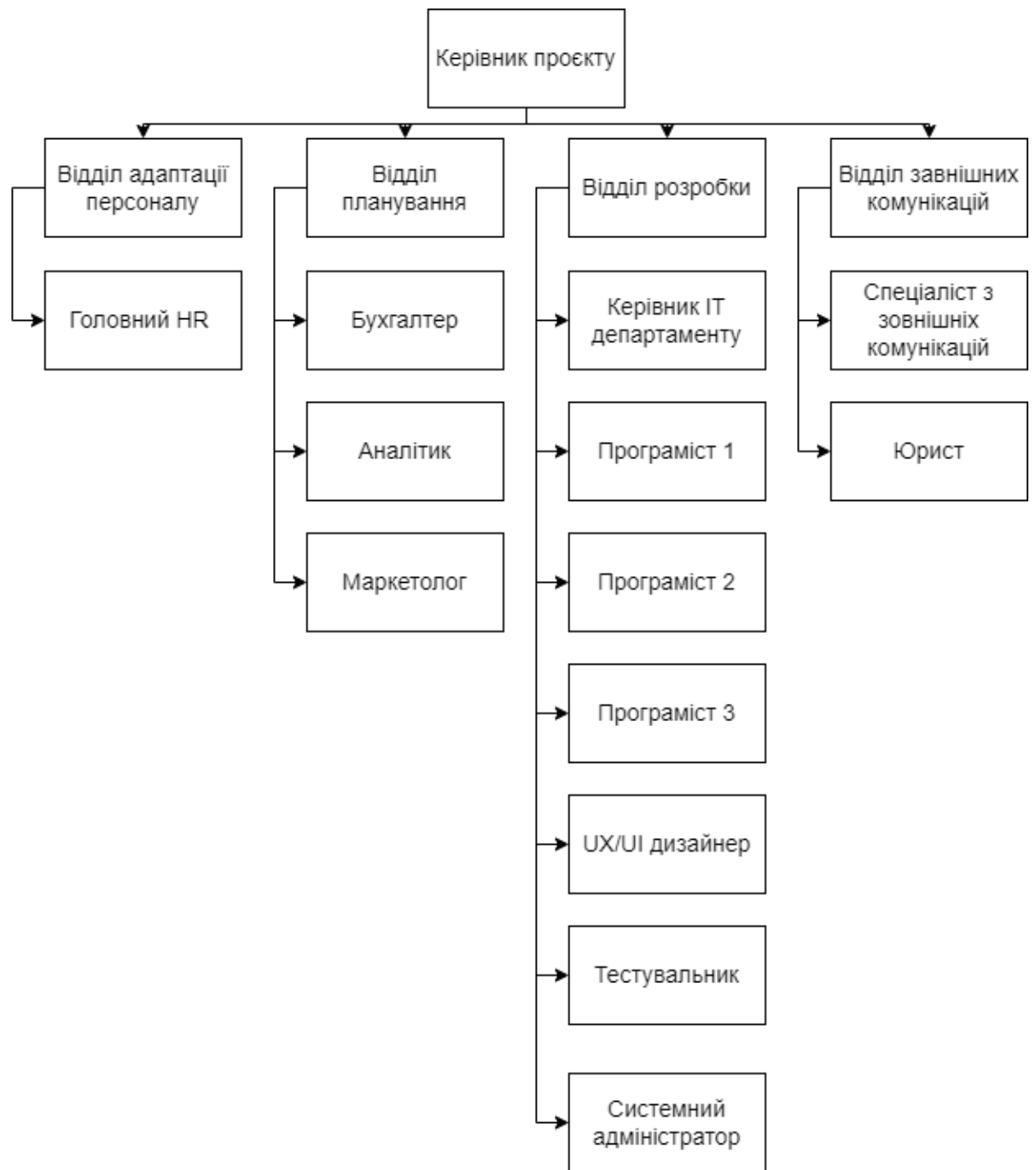


Рис 2.7. OBS структура проєкту

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

В ході виконання даного розділу роботи ми з'ясували що тенденції ринку страхування в Україні підкреслюють необхідність втілення запропонованого проєкту в життя. Адже темпи зростання електронного страхового ринку в Україні за останні 3 роки ростуть в геометричній прогресії.

Також було проведено дослідження страхового ринку України, і це дослідження показало, що 80% компаній, що нині функціонують, так чи інакше намагаються йти в ногу з часом та хоч якось впроваджують ІТ технології в життя. Але незважаючи на це на даний момент не існує абсолютного аналогу запропонованого рішення, існують лише додатки з урізаним функціоналом. Запропонований продукт покликаний якісно змінити відношення до страхових компаній в населення. Головна мета проєкту, довести що страхування, це просто, зручно, необхідно.

За результатами SWOT аналізу проєкту були визначені сильні та слабкі сторони, можливості та загрози проєкту. Можна зробити висновок, що найбільш сильною стороною проєкту є покращення умов роботи співробітників, та створення нового користувацького досвіду в користувачів.

Розроблена організаційна структура проєкту, визначені функції членів команди, обов'язки та розподілена відповідальність за виконання робіт.

Здійснені всі необхідні напрацювання, що дозволяють переходити до розробки частин наступного розділу – процесів управління проєктом.

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТОМ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ КОМПАНІЇ

3.1. WBS - структура проєкту

Структура розподілу робіт (WBS) — це інструмент керування проєктами, який використовує поетапний підхід для виконання великих проєктів з кількома рухомими частинами. Розбиваючи проєкт на менші компоненти, WBS може об'єднати обсяг, вартість і результати в єдиний інструмент. Хоча більшість WBS базуються на результатах, вони також можуть базуватися на фазах.

Посібник PMBOK® Інституту управління проєктами — третє видання визначає WBS як «орієнтовану на результат ієрархічну декомпозицію роботи, яку має виконати команда проєкту для досягнення цілей проєкту та створення необхідних результатів. Він організовує та визначає загальний обсяг проєкту. Кожен низхідний рівень представляє все більш детальне визначення проєктної роботи. WBS розкладається на робочі пакети. Орієнтація ієрархії на результати включає як внутрішні, так і зовнішні результати».

Ключовим компонентом структури розподілу роботи є правило 100%. Це означає, що WBS охоплює всі аспекти проєкту, а також особу або команду, відповідальну за цей компонент.

Іншою ключовою характеристикою WBS є його вирівняна структура. При застосуванні правила 100% рівнем 1 WBS буде весь проєкт. Деякі WBS включають опис або огляд проєкту на верхньому рівні, якщо він не є зрозумілим. Потім кожен рівень нижче розбиває проєкт на додаткові деталі, використовуючи правило 100% на кожному рівні. Наприклад, якщо ви створюєте WBS для нового веб-сайту, рівень 1 буде «Веб-сайт для нового бренду». Елементи рівня 2 розбивають результати, необхідні для завершення проєкту, наприклад безпечну URL-адресу веб-сайту, макет дизайну та розробку вмісту. Кожен наступний рівень продовжує деталізацію елементів.

Структура розподілу робіт є корисним інструментом управління проектом з кількох причин. По-перше, він розбиває проєкт на невеликі компоненти, роблячи проєкт менш важким і більш керованим.

По-друге, це дорожня карта для різних людей і команд, які працюють над проектом. Багато проєктів включають різні команди, які рухаються в тандемі, і всі вони повинні координуватись та інтегруватися для завершення проєкту. Використовуючи WBS, різні люди та команди можуть зосередитися на своїх конкретних завданнях і результатах, а також бачити, як їх частина вписується в проєкт загалом.

Нарешті, WBS є чудовим інструментом для вимірювання завершеності проєкту, визначення основних етапів і розподілу бюджетних ресурсів. Використовуючи правило 100%, менеджери проєкту можуть бути впевнені, що проєкт правильно сформульований у бюджеті, і що вони не зіткнуться з перешкодами через «несподіваний» результат.

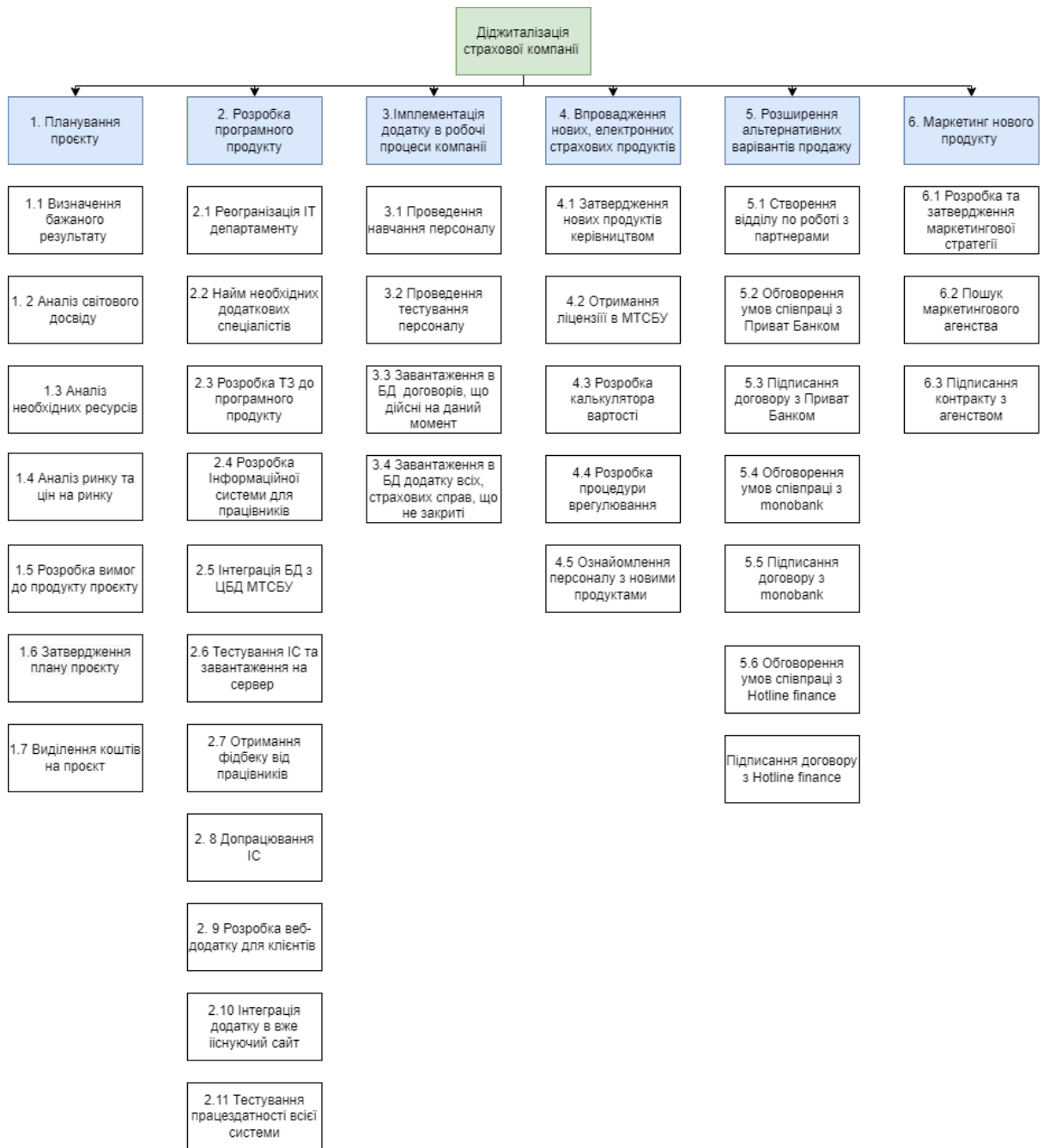


Рис. 3.1 WBS структура проєкту

3.2 Матриця відповідальності та план комунікації в проєкті

Матриця відповідальності — це форма управління проєктом, яка заохочує кожного розуміти кожен крок проєкту. Перегляд таблиці залучає всі сторони та заохочує наскрізний погляд на будь-яке велике завдання на робочому місці; усі в команді краще розуміють, за що вони відповідають, і де їхня частина проєкту розташовується на часовій шкалі.

Матриця відповідальності — це стиль управління проєктом із чотирма основними ролями: відповідальний, учасник, контролюючий. Кожна літера стосується члена команди та дає йому зрозуміти, яка його роль у проєкті та як вона поєднується з іншими членами команди.

Відповідальний

Відповідальною стороною є член команди, який повинен виконати завдання. Якщо ви працюєте над презентацією зі своєю командою, відповідальній стороні може бути доручено зібрати всі ресурси зображень і даних, необхідні для складання презентації.

Контролюючий

Відповідальний член команди призначає завдання членам команди та стежить за тим, щоб вони були виконані правильно та вчасно. Це та людина в команді, яка забезпечує своєчасність виконання проєкту і справедливий розподіл завдань між відповідальними сторонами.

Учасник

Учасник в виконанні завдання, це той член команди, участь, якого необхідна для виконання того чи іншого завдання, але його роль допоміжна, він не несе відповідальності за виконане завдання.

Мето розподілення відповідальності в управлінні проєктами дозволяє членам команди зрозуміти, чому завдання, які вони виконують, важливі в

загальній картині. Замість того, щоб наказувати адміністративному помічнику збирати номери телефонів, вони можуть подивитися на таблицю та зрозуміти, чому потрібно збирати номери, щоб виконати наступний крок проєкту. Перегляд того, як вони вписуються в діяльність компанії, спонукатиме працівників бачити себе частиною загальної місії компанії та відчувати, що вони інвестовані в позитивні результати.

Для проєкту діджиталізації страхової компанії матриця відповідальності виглядає наступним чином: (див. табл. 3.1.)

Таблиця 3.1

Матриця відповідальності проєкту

| | Кер. Пр. | Бухгалтер | Аналітик | HR | Дир. Страх | Кер. IT | Пр. 1 | Пр. 2 | Пр. 3 | Диз. | Тест. | Сис. Ад | Спец. Зов | Юрист | Марк. |
|---|----------|-----------|----------|----------|------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 1.1 Визначення бажаного результату | В | | | | К | | | | | | | | | | |
| 1.2 Аналіз світового досвіду | | | В | | К | | | | | | | | | | |
| 1.3 Аналіз необхідних ресурсів | В | Уч | Уч | | К | Уч | | | | | | | | | |
| 1.4 Аналіз ринку та цін на ринку | К | | В | | | | | | | | | | | | |
| 1.5 Розробка вимог до продукту проєкту | К | | Уч | | | В | | | | | | | | | |
| 1.6 Затвердження плану проєкту | В | | | | К | | | | | | | | | | |
| 1.7 Виділення коштів на проєкт | К | В | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1 Реорганізація IT департаменту | К | | | Уч | | В | | | | | | | | | |
| 2.2 Найм необхідних додаткових спеціалістів | | | | В | | К | | | | | | | | | |
| 2.3 Розробка ТЗ до програмного продукту | К | | Уч | | | В | | | | | | | | | |

Продовження табл. 3.1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
|--|---|----|----|---|----|----|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
| 2.4 Розробка Інформаційної системи для працівників | | | | | | К | В | В | В | Уч | | | | | |
| 2.5 Розгортання сервера | | | | | | К | | | | | | В | | | |
| 2.5 Інтеграція БД з ЦБД МТСБУ | | | | | | К | | | | | | В | | | |
| 2.6 Тестування ІС та завантаження на сервер | | | | | | К | | | | | В | В | | | |
| 2.7 Отримання фідбеку від працівників | К | | В | | | Уч | | | | | | | | | |
| 2. 8 Допрацювання ІС | | | | | | К | В | В | В | Уч | | | | | |
| 2. 9 Розробка веб-додатку для клієнтів | | | | | | К | В | В | В | Уч | | | | | |
| 2.10 Інтеграція додатку в вже існуючий сайт | | | | | | К | В | В | В | | | Уч | | | |
| 2.11 Тестування працездатності всієї системи | К | | | | | Уч | | | | | В | Уч | | | |
| 3.1 Проведення навчання персоналу | | | | В | К | Уч | | | | | | | | | |
| 3.2 Проведення тестування персоналу | | | | В | К | Уч | | | | | | | | | |
| 3.3 Завантаження в БД договорів, що дійсні на даний момент | | | | | К | Уч | | | | | | В | | | |
| 3.4 Завантаження в БД додатку всіх, страхових справ, що не закриті | | | | | К | Уч | | | | | | В | | | |
| 4.1 Затвердження нових продуктів керівництвом | К | | Уч | | В | | | | | | | | | Уч | |
| 4.2 Отримання ліцензії в МТСБУ | К | | | | Уч | | | | | | | | В | Уч | |
| 4.3 Розробка калькулятора вартості | К | Уч | | | Уч | | В | | | | | | | | |

Закінчення табл. 3.1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
|--|---|---|---|----|----|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
| 4.4 Розробка процедури врегулювання | К | | | | В | | | | | | | | | Уч | |
| 4.5 Ознайомлення персоналу з новими продуктами | К | | | В | Уч | | | | | | | | | | |
| 5.1 Створення відділу по роботі з партнерами | К | | | Уч | | | | | | | | | В | | |
| 5.2 Обговорення умов співпраці з Приват Банком | | | | | К | | | | | | | | В | Уч | |
| 5.3 Підписання договору з Приват Банком | | | | | | | | | | | | | К | В | |
| 5.4 Обговорення умов співпраці з monobank | | | | | К | | | | | | | | В | Уч | |
| 5.5 Підписання договору з monobank | | | | | | | | | | | | | К | В | |
| 5.6 Обговорення умов співпраці з Hotline finance | | | | | К | | | | | | | | В | Уч | |
| 5.7 Підписання договору з Hotline finance | | | | | | | | | | | | | К | В | |
| 6.1 Розробка та затвердження маркетингової стратегії | К | | | | Уч | | | | | | | | | | В |
| 6.2 Пошук маркетингового агенства | К | | | | | | | | | | | | | | В |
| 6.3 Підписання контракту з агенством | | | | | | | | | | | | | | В | К |

Найчастіше доля проекту залежить від того, наскільки добре пропрацьовано систему передачі інформації. У управлінні проектами чіткість обміну інформацією передбачає як визначення місця, де співробітники повинні спілкуватися, а й розуміння того, кому які повідомлення відправляти.

Хороша новина полягає в тому, що скласти ефективний план обміну інформацією зовсім не складно. Для цього потрібно лише визначити канали обміну інформацією та узгодити правила їх використання учасниками колективу

У контексті управління проектами план комунікації відображає те, як обмінюватись важливою інформацією про виконувані проекти з ключовими зацікавленими сторонами. Такий план допомагає зрозуміти, хто які повідомлення має отримувати і коли до процесу обміну інформацією слід включати зацікавлені сторони проекту. У плані обміну інформацією уточнюється, які канали повинні використовувати зацікавлені сторони, в який час і з якою частотою передаватимуться ті чи інші відомості та хто відповідає за кожен із каналів.

Ознайомившись із планом обміну інформацією, команда отримає уявлення про те, які інструменти слід використовувати, а також коли та з ким можна контактувати за їх допомогою. Без такого плану може виникнути ситуація, коли один із співробітників запитуватиме інформацію про роботу в іншого через інструмент, який перевіряє лише епізодично. У результаті замість чіткої взаємодії та руху вперед учасники спільної роботи можуть просто заплутатися, втратити нитку та виявитися відірваними від важливої справи. Не зрозумівши, де шукати розуміння, людина зрештою буде змушена звернутися зі своїми питаннями, на які сама вона не може відповісти, до когось із керівництва.

План обміну інформацією — це комплексний опис стратегії інформаційного супроводу проекту. У плані обміну інформацією мають бути відповіді на такі питання, що стосуються проекту, як:

- Які канали використовувати для обміну інформацією? Навіщо використовується кожен із них?
- Коли потрібно спілкуватися особисто, а коли допускається обмін інформацією із затримкою за часом?
- Які функції в рамках проекту? Хто такий менеджер проекту? Хто входить до складу групи проекту? Хто такі зацікавлені сторони проекту?
- Як передбачається надсилати важливі відомості про проект, такі як оновлення його статусу? Як часто вони поширюватимуться?

- План комунікації проєкту зображений на таблиці нижче (див табл. 3.2)

Таблиця 3.2

План комунікації проєкту

| Тип комунікації | Учасники | Причини комунікації | Спосіб комунікації | Частота та час | Відповідальний |
|------------------------------|---|--|--------------------|---|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Ознайомлювальна зустріч | Команда проєкту | Зустріч для обговорення всіх організаційних питань | Зустріч в офісі | Перед початком проєкту | Керівник проєкту |
| Звітність по проєкту | Надсилається керівник проєкту | Сповіщення замовника щодо статусу проєкту | Email | Кожного понеділка | Керівник проєкту |
| Переписка по проєкту | Зацікавлені сторони проєкту | Обговорення робочих питань | Teams або ж Email | При необхідності | Ініціатор |
| Робочі зустрічі по проєкту | Робоча команда | Обговорення робочих питань та розроблення готових рішень | Зустріч в Zoom | При необхідності | Ініціатор зустрічі |
| Зустрічі команди розробників | Команда розробників | Визначення завдань на робочий день | Зустріч в офісі | Щодня | Керівник ІТ департаменту |
| Огляд готового проєкту | Команда проєкту, інші працівники компанії | Обговорення результатів, аналіз виконаної роботи | Зустріч в Zoom | Після закінчення проєкту (не більше тижня після завершення) | Керівник проєкту |

3.3. Управління часом проєкту

Час не на боці керівника проєкту, коли справа доходить до управління проєктами. Робота накопичується, а терміни швидко наближаються. Існують методи управління часом, які можна використовувати, щоб контролювати час, який ви витрачаєте на виконання завдань.

Управління часом проєкту – це процес управління проєктом, який полягає в аналізі роботи та розробці графіка, щоб забезпечити виконання проєкту в межах певного графіка.

Управління часом проєкту дає можливість розбити проєкт на більш керовані частини, наприклад завдання. Фактично, управління часом проєкту ідеально поєднується з керуванням завданнями та керуванням ресурсами, щоб тримати все під контролем.

Призначивши час для кожного завдання у проєкті, ми можемо контролювати графік проєкту та виконувати його за розкладом. Незалежно від того, чи це список справ, чи більш надійне програмне забезпечення для керування проєктами, можна розставляти пріоритети завдань, визначати залежності та встановлювати етапи, щоб допомогти відстежувати прогрес.

Опис плану проєкту з конкретною тривалістю робіт, датами та віхами проєкту (див. табл. 3.3):

План управління часом проєкту

| Код задачі | Назва задачі | Тривалість | Початок | Закінчення | Попередники |
|------------|--|------------------|------------------------|--------------------|-------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | Проект діджиталізації СК "АВТОГАРД" | 233 днів? | Нд 01.01.23 | Ср 22.11.23 | - |
| | Старт проєкту | 0 днів | Нд 01.01.23 | Нд 01.01.23 | - |
| 1. | Планування проєкту | 28 днів | Пн 02.01.23 | Ср 08.02.23 | - |
| 1.1 | Визначення бажаного результату | 3 днів | Пн 02.01.23 | Ср 04.01.23 | 2 |
| 1.2 | Аналіз світового досвіду | 3 днів | Чт 05.01.23 | Пн 09.01.23 | 1.1 |
| 1.3 | Аналіз необхідних ресурсів | 5 днів | Вт 10.01.23 | Пн 16.01.23 | 1.2 |
| 1.4 | Аналіз ринку та цін на ринку | 5 днів | Вт 17.01.23 | Пн 23.01.23 | 1.3 |
| 1.5 | Розробка вимог до продукту проєкту | 10 днів | Вт 24.01.23 | Пн 06.02.23 | 1.4 |
| 1.6 | Затвердження плану проєкту | 1 день | Вт 07.02.23 | Вт 07.02.23 | 1.5 |
| 1.7 | Виділення коштів на проєкт | 1 день | Ср 08.02.23 | Ср 08.02.23 | 1.6 |
| 2. | Розробка програмного продукту | 170 днів | Чт 09.02.23 | Ср 04.10.23 | - |
| 2.1 | Реорганізація ІТ департаменту | 10 днів | Чт 09.02.23 | Ср 22.02.23 | 1.7 |
| 2.2 | Найм необхідних додаткових спеціалістів | 20 днів | Чт 23.02.23 | Ср 22.03.23 | 2.1 |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|----------|--|----------------|------------------------|--------------------|---------|
| 2.3 | Розробка ТЗ до програмного продукту | 5 днів | Чт 23.03.23 | Ср 29.03.23 | 2.2 |
| 2.4 | Розробка Інформаційної системи для працівників | 40 днів | Чт 30.03.23 | Ср 24.05.23 | 2.2;2.3 |
| 2.5 | Розгортання серверу | 10 днів | Чт 25.05.23 | Ср 07.06.23 | 2.4 |
| 2.6 | Інтеграція БД з ЦБД МТСБУ | 10 днів | Чт 08.06.23 | Ср 21.06.23 | 2.5 |
| 2.7 | Тестування ІС та завантаження на сервер | 10 днів | Чт 22.06.23 | Ср 05.07.23 | 2.6 |
| 2.8 | Отримання фідбеку від працівників | 5 днів | Чт 06.07.23 | Ср 12.07.23 | 2.7 |
| 2.9 | Доопрацювання ІС | 10 днів | Чт 13.07.23 | Ср 26.07.23 | 2.8 |
| 2.10 | Розробка веб- додатку для клієнтів | 25 днів | Чт 27.07.23 | Ср 30.08.23 | 2.9 |
| 2.11 | Інтеграція додатку в вже існуючий сайт | 10 днів | Чт 31.08.23 | Ср 13.09.23 | 2.10 |
| 2.12 | Тестування працездатності всієї системи | 15 днів | Чт 14.09.23 | Ср 04.10.23 | 2.11 |
| 3 | Імплементация додатку в процеси компанії | 35 днів | Чт 05.10.23 | Ср 22.11.23 | - |
| 3.1 | Проведення навчання персоналу | 10 днів | Чт 05.10.23 | Ср 18.10.23 | 2.12 |
| 3.2 | Проведення тестування персоналу | 5 днів | Чт 19.10.23 | Ср 25.10.23 | 3.1 |
| 3.3 | Завантаження в БД договорів, що дійсні на даний момент | 20 днів | Чт 26.10.23 | Ср 22.11.23 | 3.2 |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|-----------|--|----------------|------------------------|--------------------|----------|
| 3.4 | Завантаження в БД додатку всіх, страхових справ, що не закриті | 20 днів | Чт 26.10.23 | Ср 22.11.23 | 3.3 |
| 4. | Впровадження нових, електронних страхових продуктів | 70 днів | Чт 27.07.23 | Ср 01.11.23 | - |
| 4.1 | Затвердження нових продуктів керівництвом | 5 днів | Чт 27.07.23 | Ср 02.08.23 | 2.9 |
| 4.2 | Отримання ліцензії в МТСБУ | 15 днів | Чт 03.08.23 | Ср 23.08.23 | 4.1 |
| 4.3 | Розробка калькулятора вартості | 5 днів | Чт 24.08.23 | Ср 30.08.23 | 4.2 |
| 4.4 | Розробка процедури врегулювання | 10 днів | Чт 31.08.23 | Ср 13.09.23 | 4.3 |
| 4.5 | Ознайомлення персоналу з новими продуктами | 5 днів | Чт 26.10.23 | Ср 01.11.23 | 4.4; 3.2 |
| 5 | Розширення альтернативних варіантів продажу | 23 днів | Чт 27.07.23 | Пн 28.08.23 | - |
| 5.1 | Створення відділу по роботі з партнерами | 5 днів | Чт 27.07.23 | Ср 02.08.23 | 2.9 |
| 5.2 | Обговорення умов співпраці з Приват Банком | 5 днів | Чт 03.08.23 | Ср 09.08.23 | 5.1 |
| 5.3 | Підписання договору з Приват Банком | 1 день | Чт 10.08.23 | Чт 10.08.23 | 5.2 |
| 5.4 | Обговорення умов співпраці з monobank | 5 днів | Пт 11.08.23 | Чт 17.08.23 | 5.3 |
| 5.5 | Підписання договору з monobank | 1 день | Пт 18.08.23 | Пт 18.08.23 | 5.4 |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|-----|--|----------------|------------------------|--------------------|-----------------|
| 5.6 | Обговорення умов співпраці з Hotline finance | 5 днів? | Пн 21.08.23 | Пт 25.08.23 | 5.5 |
| 5.7 | Підписання договору з Hotline finance | 1 день | Пн 28.08.23 | Пн 28.08.23 | 5.6 |
| 6 | Маркетинг продукту | 11 днів | Чт 05.10.23 | Чт 19.10.23 | - |
| 6.1 | Розробка та затвердження маркетингової стратегії | 5 днів | Чт 05.10.23 | Ср 11.10.23 | 2.12 |
| 6.2 | Пошук маркетингового агентства | 5 днів | Чт 12.10.23 | Ср 18.10.23 | 6.1 |
| 6.3 | Підписання контракту з агентством | 1 день | Чт 19.10.23 | Чт 19.10.23 | 6.2 |
| | Кінець проєкту | 0 днів | Ср 22.11.23 | Ср 22.11.23 | 3.4;4.5;5.7;6.3 |

В середовищі MS Project на діаграма Ганта з відслідковуванням виглядає наступним чином (див. рис 3.1, рис. 3.2, рис 3.3, рис 3.4):

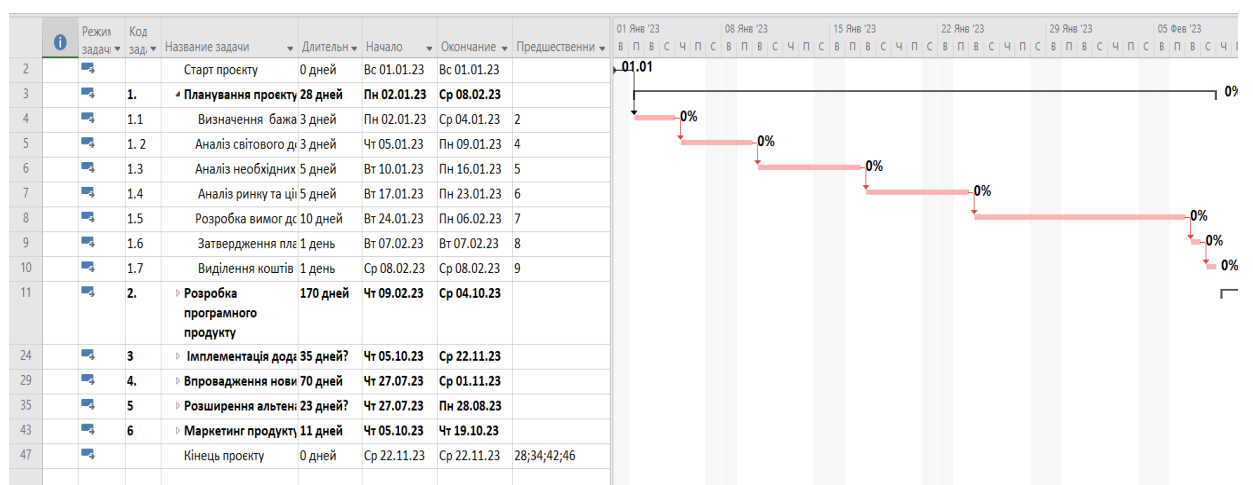


Рис. 3.1 Діаграма Ганта з відслідковуванням (ч. 1)

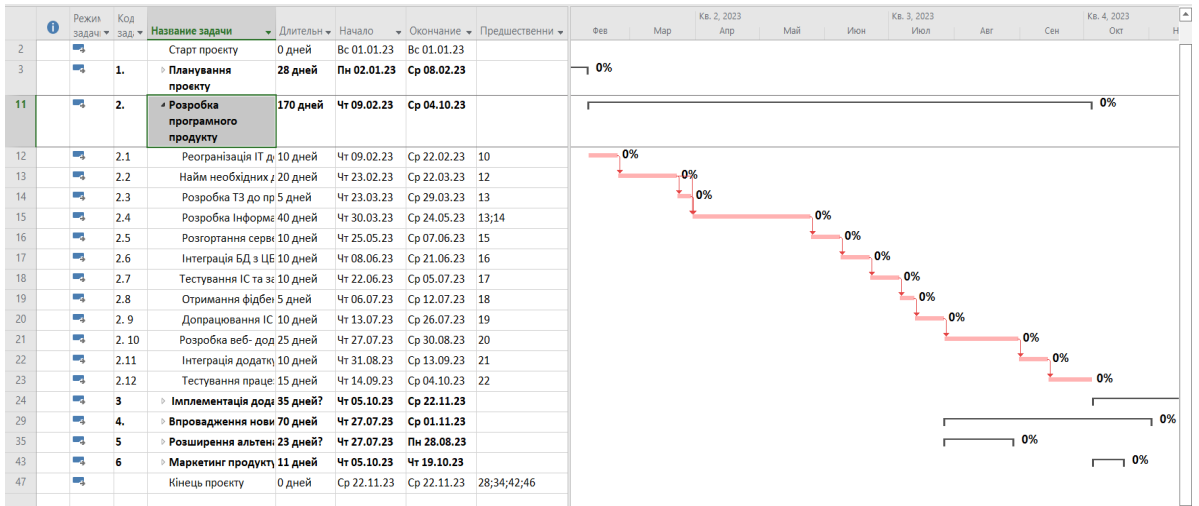


Рис. 3.2 Діаграма Ганта з відслідкуванням (ч. 2)

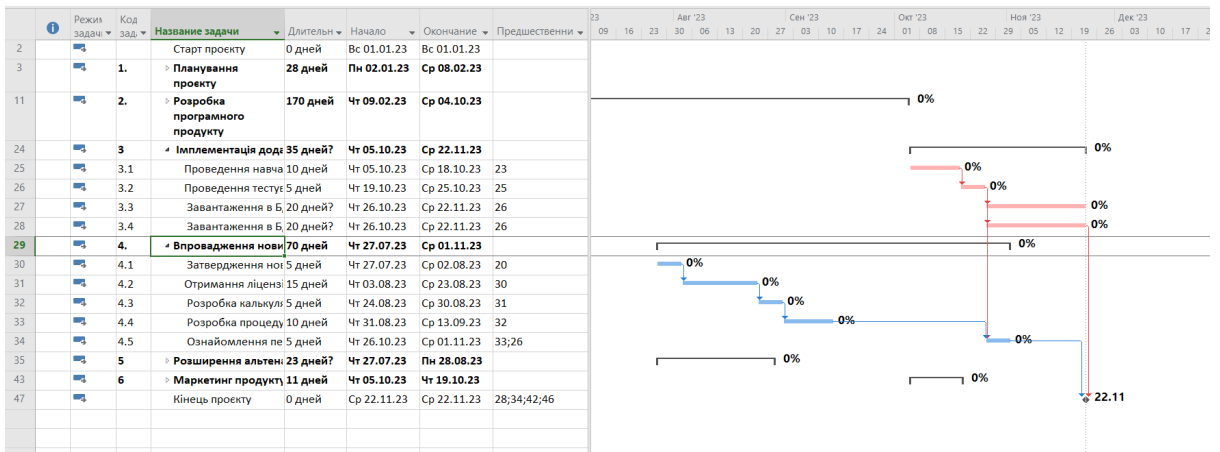


Рис. 3.3 Діаграма Ганта з відслідкуванням (ч. 3)

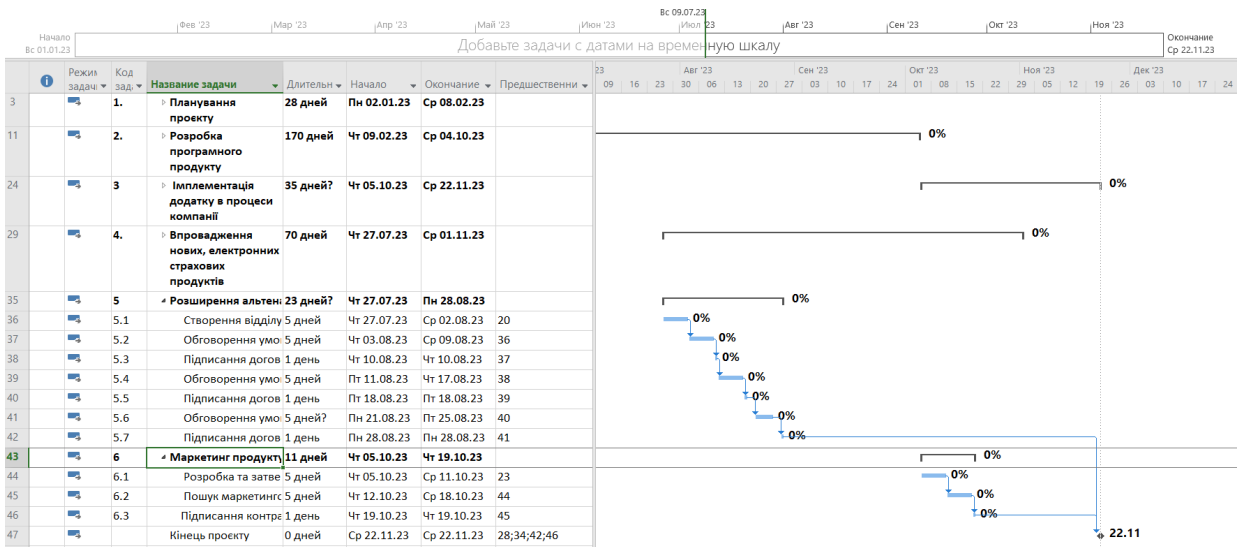


Рис. 3.4 Діаграма Ганта з відслідкуванням (ч. 4)

3.4. Управління витратами проєкту

Управління витратами – це процес оцінки, бюджетування та контролю витрат проєкту. Процес управління витратами починається на етапі планування та триває протягом усього проєкту, оскільки керівники постійно переглядають, контролюють і коригують витрати, щоб переконатися, що проєкт не перевищує затверджений бюджет.

Управління витратами є безперервним, плавним процесом. Однак є чотири основні елементи або функції, які можна знайти в будь-якому плані управління витратами:

- Планування ресурсів;
- Складання кошторису;
- Бюджетування витрат;
- Контроль витрат.

Оскільки можуть з'явитися нові витрати і масштаби проєкту можуть бути скориговані, менеджери проєкту повинні бути готові виконувати всі чотири функції в будь-який час протягом життєвого циклу проєкту. Робочий процес буде змінюватись залежно від потреб проєкту.

Ресурси проєкту

Ресурс — це необхідний актив, основна роль якого полягає в тому, щоб допомогти виконати певне завдання чи проєкт. Ресурсом може бути людина, команда, інструмент або фінанси. Для виконання більшості проєктів потрібно багато різних ресурсів. Ресурси слід оцінити та розподілити перед початком проєкту. Погане планування ресурсів може призвести до вичерпання ресурсів на середині проєкту або затримки термінів доставки кінцевого продукту чи послуги.

Список ресурсів для проєкту діджиталізації та їх вартість має наступний вигляд (див. табл. 3.4):

Ресурси проекту та їх вартість

| Назва ресурсу | Тип | Коротка назва | Стандартна ставка |
|--------------------------------------|--------------|---------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Керівник проекту | Трудовий | КП | 220,00 €/год |
| Бухгалтер | Трудовий | Б | 150,00 €/ год |
| Аналітик | Трудовий | А | 150,00 €/ год |
| HR | Трудовий | HR | 170,00 €/ год |
| Директор зі страхування | Трудовий | ДС | 250,00 €/ год |
| Керівник ІТ департаменту | Трудовий | КД | 210,00 €/год |
| Програміст 1 | Трудовий | П1 | 200,00 €/год |
| Програміст 2 | Трудовий | П2 | 190,00 €/год |
| Програміст 3 | Трудовий | П3 | 180,00 €/год |
| Тестувальник | Трудовий | Т | 150,00 €/год |
| Дизайнер | Трудовий | Д | 150,00 €/год |
| Системний адміністратор | Трудовий | СА | 170,00 €/год |
| Спеціаліст по зовнішнім комунікаціям | Трудовий | СК | 150,00 €/год |
| Юрист | Трудовий | Ю | 155,00 €/год |
| Маркетолог | Трудовий | М | 160,00 €/год |
| Сервери | Матеріальний | СР | 300 000,00 € |
| Програмне забезпечення | Матеріальний | П | 50 000,00 € |
| Домен, сертифікати | Матеріальний | Д | 10 000,00 € |

Розподіл витрат по кожному ресурсу ми можемо переглянути в MS Project (див рис. 3.5)


| |  | Название ресурса | Трудозатраты | Затраты | Бавить новый столт |
|----|---|--|--------------|--------------|--------------------|
| | | ▷ Не назначен | 0 часов | 0,00 € | |
| 1 | | ▷ Керівник проекту | 321,6 часов | 70 752,00 € | |
| 2 | | ▷ Бухгалтер | 34,4 часов | 5 160,00 € | |
| 3 | | ▷ Аналітик | 136 часов | 20 400,00 € | |
| 4 | | ▷ HR | 420 часов | 71 400,00 € | |
| 5 | | ▷ Директор зі страхування | 207 часов | 51 800,00 € | |
| 6 | | ▷ Керівник ІТ департаменту | 520 часов | 109 200,00 € | |
| 7 | | ▷ Програміст 1 | 520 часов | 104 000,00 € | |
| 8 | | ▷ Програміст 2 | 600 часов | 114 000,00 € | |
| 9 | | ▷ Програміст 3 | 600 часов | 108 000,00 € | |
| 10 | | ▷ Тестувальник | 480 часов | 72 000,00 € | |
| 11 | | ▷ Дизайнер | 320 часов | 48 000,00 € | |
| 12 | | ▷ Системний адміністратор | 500 часов | 85 000,00 € | |
| 13 | | ▷ Спеціаліст по зовнішнім комунікаціям | 172 часов | 25 800,00 € | |
| 14 | | ▷ Юрист | 260 часов | 40 300,00 € | |
| 15 | | ▷ Маркетолог | 81,6 часов | 13 056,00 € | |
| 16 | | ▷ Сервери | 1 | 300 000,00 € | |
| 17 | | ▷ ПЗ для розробки | 1 | 50 000,00 € | |
| 18 | | ▷ Домен, сертифікати | 1 | 10 000,00 € | |
| 19 | | ▷ Маркетинг | | 300 000,00 € | |

Рис. 3.5 Розподіл витрат по ресурсам

Кошторис проекту

Кошторис проекту – це оцінка вартості робіт проекту для його успішного завершення. Аналізуючи наявні дані, ми можемо спрогнозувати, скільки коштуватиме проєкт відповідно до термінів та ресурсів ми маємо.

Розрахувавши витрати маємо наступні вартості сумарних задач проєкту (див. табл. 3.5):

Кошторис проекту

| Код задачі | Назва задачі | Витрати |
|------------|---|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| | Проект діджиталізації СК "АВТОГАРД" | 1 598 868,00 € |
| 1. | Планування проекту | 64 792,00 € |
| 2. | Розробка програмного продукту | 988 560,00 € |
| 3 | Імплементация додатку в процеси компанії | 80 280,00 € |
| 4. | Впровадження нових, електронних страхових продуктів | 102 940,00 € |
| 5 | Розширення альтернативних варіантів продажу | 39 120,00 € |
| 6 | Маркетинг продукту | 323 176,00 € |

Отже, ми бачимо, що загальна запланована вартість проекту становить – **1 598 868 грн.**

Розрахунок кошторису виконувався в середовищі MS Project (див рис. 3.6).

| | Режим задачі | Код зад. | Назва задачі | Длительн | Начало | Окончание | Предшественн | Названия ресурсов | Затраты | Витрати по |
|----|--------------|----------|---|-----------|-------------|-------------|--------------|-------------------|----------------|------------|
| 1 | | | Проект діджиталізації СК "АВТОГАРД" | 233 днів? | Вс 01.01.23 | Ср 22.11.23 | | | 1 598 868,00 € | |
| 2 | | | Старт проекту | 0 днів | Вс 01.01.23 | Вс 01.01.23 | | | 0,00 € | |
| 3 | | 1. | Планування проекту | 28 днів | Пн 02.01.23 | Ср 08.02.23 | | | 64 792,00 € | |
| 11 | | 2. | Розробка програмного продукту | 170 днів | Чт 09.02.23 | Ср 04.10.23 | | | 988 560,00 € | |
| 24 | | 3 | Імплементация додатку в процеси компанії | 35 днів? | Чт 05.10.23 | Ср 22.11.23 | | | 80 280,00 € | |
| 29 | | 4. | Впровадження нових, електронних страхових продуктів | 70 днів | Чт 27.07.23 | Ср 01.11.23 | | | 102 940,00 € | |
| 35 | | 5 | Розширення альтернативних варіантів продажу | 23 днів? | Чт 27.07.23 | Пн 28.08.23 | | | 39 120,00 € | |
| 43 | | 6 | Маркетинг продукту | 11 днів | Чт 05.10.23 | Чт 19.10.23 | | | 323 176,00 € | |
| 47 | | | Кінець проекту | 0 днів | Ср 22.11.23 | Ср 22.11.23 | 28;34;42;46 | | 0,00 € | |

Рис. 3.6 Розрахунок кошторису проекту

3.5. Управління якістю проєкту

Управління якістю проєкту – це процес, який розглядає, як проєкт має розвиватися, щоб досягти бажаної якості результатів проєкту. Це вимагає від менеджера проєкту постійного вимірювання якості діяльності та процесів, залучених до проєкту. В управлінні якістю проєкту стандарти встановлюються завчасно, щоб оцінити результати, і потрібно вживати заходів протягом усього проєкту, щоб виправити курс.

Кінцевою метою управління якістю проєкту є гарантування результатів, які задовольняють потреби та очікування клієнтів, зацікавлених сторін або замовників, залежно від кінцевого користувача.

Більшість керівників проєктів підходять до проєкту, бажаючи досягти найкращого результату, але багато факторів можуть перешкодити цьому. Навіть за наявності найкращої команди та найкращих інструментів результати проєкту можуть не досягти належного результату без заходів із управління якістю проєкту.

Хоча визначити якість може бути складно, в управлінні проєктами «якістю» можна вважати те, що відповідає — або перевищує — загальноприйнятий стандарт для результатів у своїй категорії. Коли ви досягнете якості, ваші зацікавлені сторони або клієнти будуть задоволені продуктом або послугою, яку вони отримують.

Переваги управління якістю проєкту

- *Вищий рівень задоволеності клієнтів* Постачання продуктів низької якості або пропозиція невтішних послуг погано позначається на компанії. Незалежно від того, створюєте ви відеоігри для великої клієнтської бази чи працюєте один на один, щоб надати клієнтам індивідуальні послуги, якість є важливою. Якщо клієнт незадоволений, результат не відповідає бажаному рівню якості.

- *Продукт кращої якості.* Навіть якщо покупець буде задоволений продуктом посередньої якості, перевершити очікування та запропонувати продукцію кращої якості немає ніяких мінусів. Управління якістю проекту може допомогти підприємствам покращити процеси та створити кращі продукти та послуги.

- *Підвищена продуктивність.* Продуктивність — це більше, ніж працювати швидко й ефективно. Йдеться про побудову міцних стосунків між членами команди, покращення комунікації та внутрішніх процесів. Управління якістю проекту враховує якість результатів проекту та якість планів, процедур і прогресу проекту. Це означає, що він прагне покращити всі сфери проекту, включаючи продуктивність команди.

- *Фінансове зростання.* Керівники проектів завжди намагатимуться підтримувати помірні витрати, забезпечуючи якість. Якщо, як згадувалося вище, ви зможете оптимізувати процеси та підвищити рівень продуктивності, цілком можливо, що бізнес принесе більший прибуток..

План управління якістю для проекту діджиталізації (див. табл. 3.6)

Таблиця 3.6

Настанова з якості

| Показник проекту | Критерій якості |
|--|---|
| 1 | 2 |
| Дозвільна документація проекту | Чітке виконання вимог законодавства щодо оформлення відповідних дозволів |
| Інформаційна платформа для працівників | Зручна, ERP-система з визначеним функціоналом, доступна з будь-якого браузера, швидко працює, добре захищена. |

| 1 | 2 |
|--------------------------|---|
| Веб-додаток для клієнтів | Зручний веб- додаток з приємним та юзерфендлі інтерфейсом, працює 24\7, має широкий функціонал. |
| Рекламна кампанія | Толерантна та креативна маркетингова стратегія |
| Нові страхові продукти | Великий спектр електронних страхових послуг з адекватною ціновою політикою. |

Цілі в галузі якості

Головною ціллю страхової компанії «АВТОГАРД» в галузі якості є надання високоякісних послуг в сфері страхування та забезпечення надійного страхового захисту клієнтів, їх впевненості та спокою.

Для забезпечення необхідного рівня якості компанія проводить постійні заходи забезпечення та контролю якості. Завдяки цьому має можливість постійно поліпшувати рівень якості своїх послуг.

Довгостроковою ціллю є:

За наступні 5 років стати одним з лідерів страхового ринку України (увійти до переліку п'яти найбільших компаній за кількістю клієнтів)

Компанія декларує наступні цілі в галузі якості на 2023 рік:

1. Забезпечити залишення 95% відсотків клієнтів компанії на наступний період страхування шляхом надання якісного сервісу, та задоволення вимог вже існуючих клієнтів.

2. Впровадити систему електронних полісів ОСЦПВНТЗ, та надати можливість потенційним клієнтам самостійно розраховувати вартість полісу та

оформлювати договори страхування через веб сайт компанії. Це дасть змогу залучити 15% клієнтів, які не бажають відвідувати офіси.

3. Розширити асортимент страхових продуктів шляхом додавання 2 нових електронних програм КАСКО, а саме КАСКО «50/50» та КАСКО «Улюблене авто», що дозволить залучити нових клієнтів, ТЗ яких не підходили під умови страхового продукту «Повне КАСКО».

4. Провести інтеграцію в системи Hotline finance, monobank та Приват24, що збільшить кількість нових клієнтів на 25%

Політика в галузі якості

Політика страхової компанії спрямована на підвищення прибутковості та конкурентоздатності компанії шляхом надання клієнтам сучасних якісних послуг страхування, збереження постійних клієнтів та постійному приросту нових. Важливим є довіра клієнтів, які повинні бути впевнені в якісному обслуговуванні та в наданні кваліфікованої допомоги у разі настання страхового випадку.

Страхова компанія виконує свою діяльність в правовому полі України, керуючись законами: Законом України "Про страхування ", Законом України "Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів", нормативними документами МТСБУ.

3.6. Управління ризиками проєкту

В управлінні проєктами ризик — це будь-яка потенційна подія, яка може позитивно чи негативно вплинути на ваш проєкт. Управління ризиками - це процес ідентифікації та вирішення цих подій до або під час їх виникнення. Ризик може проявлятися в багатьох різних формах — серед них хвороба співробітника, негода, несподівані витрати та затримка транспортування.

Усі проекти мають невід’ємні ризики. Таким чином, здатність контролювати проєкт через ризики є однією з найважливіших навичок, якими очікуються менеджери проєктів.

Ризики зазвичай впливають на такі аспекти проєкту:

- *Бюджет:* ризик може змінити суму грошей, яка вам потрібна для завершення проєкту.
- *Розклад:* розклади та часові рамки можуть зіткнутися із затримками або неочікуваними змінами.
- *Масштаб:* Початкові цілі можуть розширюватися або відходити від початкових намірів проєкту, що призводить до повзучого масштабу.

Ризики також поділяються на:

Зовнішній ризик. Зовнішній ризик – це ризик поза контролем команди проєкту. Це може включати, наприклад, прострочення контрактного постачальника або несприятливі погодні умови.

Внутрішній ризик: внутрішні ризики – це ризики, які команда проєкту може контролювати. Деякі приклади включають недотримання учасниками проєкту кінцевих термінів або неточні оцінки бюджету.

Процес управління ризиками, або життєвий цикл, є структурованим способом боротьби з ризиками, які можуть виникнути у вашому проєкті. Хоча ви знайдете деякі незначні варіації, процес управління ризиками або життєвий цикл зазвичай складається з наступних кроків. Цей процес можна використовувати як для позитивних, так і для негативних ризиків.

1. Визначення ризиків

Перший крок до розуміння потенційних ризиків — це знати, що вони собою представляють. На цьому кроці необхідно визначити окремі ризики, які можуть

вплинути на проєкт, склавши список (або електронну таблицю) ризиків, які можуть виникнути.

2. Аналіз потенційного впливу та ймовірності настання ризику

На етапі аналізу ризиків додаються ймовірності виникнення кожного ризику, а також потенційний вплив, який кожен ризик матиме на проєкт. Можна записувати як якісну, так і кількісну інформацію. Визначення ризиків, їх впливу та ймовірність настання для проєкту діджиталізації (див. рис. 3.7)

Таблиця 3.7

Визначення ризиків, їх ймовірності та впливу

| № | Назва ризику | Ймовірність виникнення % | Вплив |
|-------------------------|---|--------------------------------|-------|
| 1 | 2 | 2 | 3 |
| Зовнішні ризики | | | |
| 1. | Нестабільна економічна ситуація | 0.3 | 0.3 |
| 2. | Тривале вимкнення електроенергії | 0.8 | 0.5 |
| 3. | Поява цікавіших рішень на ринку | 0.2 | 0.2 |
| 4. | Відмова в отриманні ліцензії від МТСБУ | 0.1 | 0.8 |
| 5. | Військові дії на території реалізації проєкту | 0.3 | 0.8 |
| Внутрішні ризики | | | |
| 6. | Втрата темпу і зрив термінів проєктних робіт | 0.3 | 0.3 |
| 7. | Недостатня кваліфікація команди проєкту | 0.2 | 0.4 |
| 8. | Збільшення кошторису проєкту | 0.4 | 0.3 |
| 9. | Проблеми в комунікації команди проєкту | 0.4 | 0.4 |
| 10. | Не дотримання вимог до продукту проєкту | 0.2 | 0.7 |

3. Призначення пріоритету ризикам.

На цьому етапі призначається пріоритет ризикам, використовуючи ймовірність і вплив кожного ризику, щоб визначити їхні рівні ризику. Результати записуються до спеціальної таблиці. Це означає призначити кожному ризику високий, середній або низький пріоритет на основі факторів, які ми визначили.

Розподіл ризиків по пріоритетах (див. табл. 3.8)

Таблиця 3.8

Визначення пріоритетів ризикам

| Ймовірність | | | | | |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 0.8 – 1.0 | | | 2 | | |
| 0.6 – 0.8 | | | | | |
| 0.4 – 0.6 | | 8 | 9 | | |
| 0.2 – 0.4 | | 1;3;6 | 7 | 10 | 5 |
| 0.0 – 0.2 | | | | | 4 |
| | 0.0 – 0.2 | 0.2 – 0.4 | 0.4 – 0.6 | 0.6 – 0.8 | 0.8 – 1.0 |
| | Вплив | | | | |

4. Заходи реагування на ризики

Необхідно розробити план зменшення кожного ризику. На цьому етапі ми можемо прийняти, зменшити вплив, або повністю усунути ризик.

Для проекту діджиталізації заходи реагування виглядають так (див. рис. 3.9):

Таблиця 3.9

Заходи реагування на ризики

| № | Назва ризику | Заходи реагування на ризик |
|-------------------------|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Зовнішні ризики | | |
| 1. | Нестабільна економічна ситуація | Ретельно підготувати фінансовий план, з урахуванням можливого зміну курсу валют |
| 2. | Тривале вимкнення електроенергії | 1. Організувати резервні джерела живлення; 2. Організувати резервні канали отримання інтернету. |
| 3. | Поява цікавіших рішень на ринку | Створення унікального продукту, максимальна секретність розробки, запобігання витоку інформації до релізу |
| 4. | Відмова в отриманні ліцензії від МТСБУ | Ретельно підготувати юридичну документацію по проєкту. |
| 5. | Військові дії на території реалізації проєкту | Організувати резервне робоче місце для команди проєкту в безпечному місці. |
| Внутрішні ризики | | |
| 6. | Втрата темпу і зрив термінів проєктних робіт | Постійний моніторинг виконання проєкту, створення запасу часу для деяких робіт, де можливі затримки. |
| 7. | Недостатня кваліфікація команди проєкту | Пошук найкращих можливих кандидатів на ринку праці, постійні навчання персоналу. |
| 8. | Збільшення кошторису проєкту | Контроль за виконанням плану витрат, створення резервного фонду |

| | | |
|-----|---|--|
| 9. | Проблеми в комунікації команди проєкту | Проведення постійних зустрічей команди розробки, розробка ефективного плану комунікації в проєкті. |
| 10. | Не дотримання вимог до продукту проєкту | Ретельно прописати вимоги та ТЗ до продукту проєкту, постійний контроль відповідності продукту до його вимог |

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

В цьому розділі було розглянуто основні процеси з управління проєктом діджиталізації страхової компанії «АВТОГАРД», а саме : розроблено WBS структуру проєкту, назначено відповідальних на кожну роботу по проєкту, розроблено план управління, часом, витратами, ресурсами, визначено критерії та політику якості проєкту, та розроблено план управління ризиками.

В WBS структурі було визначено, що проєкт можна розділити на 6 сумарних задач: планування проєкту, розробка програмного продукту, імплементація додатку в процеси компанії, впровадження нових, електронних страхових продуктів, розширення альтернативних варіантів продажу, маркетинг продукту. В загальні кількості кінцева кількість задач по проєкту становить 38 задач.

В програмному середовищі Microsoft Project було розроблено детальний план управління часом, ресурсами, та витратами. В результаті було визначено, що на реалізацію запланованого проєкту необхідно 223 дні, тобто при запланованому старті проєкту 01.01.2023р. він має закінчитись 22.11.2023р.

Щодо витрат проєкту було підраховано, що на реалізацію проєкту необхідно 1 598 868,00 грн, що відповідає нашим вимогам, описаним в статуті проєкту.

Оскільки ми живемо в дуже не простий час, було проведено аналіз та визначення засобів реагування на ризики проєкту. Визначено що найбільш небезпечними ризиками є тривалі вимкнення електроенергії, та можливі бойові дії на території реалізації проєкту. Для протидії цим загрозам необхідно мати альтернативні джерела електроенергії, та за необхідності, перемістити команду проєкту в безпечніше місце.

ВИСНОВКИ

Темою даної атестаційної роботи було обрано управління процесом діджиталізації компанії, що займається наданням страхових послуг. Аргументом вибору даної теми є те, що страхова галузь як в Україні, так і в світі в цілому, є дуже консервативною, та залишається однією з останніх що активно впроваджують ІТ технології в свою діяльність.

Під час виконання атестаційної роботи було визначено поняття проєкт та управління проєктом, його основні типи, життєвий цикл та його відмінність від операцій. Було проведено аналіз існуючих на сьогодні методик з управління проєктами, з'ясували чим традиційні методології відрізняються від гнучких, та в якому випадку яка з методологій підходить найкраще.

Ми з'ясували що являє собою поняття діджиталізація, та її вплив на діяльність та прибуток комерційних організацій, зокрема для страхового ринку. Було описано переваги, які може надати проведення цифрової трансформації в своєму бізнесі.

Під час дослідження страхового ринку України, було з'ясовано, що 80% страхових компаній розуміють необхідність впроваджувати інновації в свою роботу та активно шукають рішення як це зробити.

Продукт даного проєкту – це інформаційна система, яка буде мати 2 основні функції, це веб додаток для користувачів на нашому сайті через, який вони зможуть, повністю проводити взаємодію з компанією, та ERP-система для працівників компанії, в якій в подальшому будуть проходити всі операційні процеси в компанії.

Дослідження конкурентів показало що, аналогу запропонованого рішення в Україні на даний час поки немає, схожі рішення є в суміжних сферах, але в страхуванні це повинна бути інновація

Розробивши SWOT аналіз проєкту ми визначили сильні та слабкі сторони, можливості та загрози проєкту. Можна зробити висновок, що найбільш сильною стороною проєкту є покращення умов роботи співробітників, та створення нового користувацького досвіду в користувачів

Місія проєкту діджиталізації страхової компанії звучить так: Створити новий приємний користувацький досвід для клієнтів компанії .Довести, що страхування- просто та швидко.

Для реалізації запропонованого проєкту необхідна команда в складі 15 осіб, які будуть розбиті на 3 відділи для кращої взаємодії. Під час створення WBS структури проєкт було розбито на задачі, кількість яких становить 38

Було розроблено плани управління часом, ресурсами та вартістю в середовищі Microsoft Project. Для реалізації запланованого проєкту необхідно 223 дні, тобто при запланованому старті проєкту 01.01.2023р. він має закінчитись 22.11.2023р. Щодо витрат проєкту було підраховано, що на реалізацію проєкту необхідно 1 598 868,00 грн, що відповідає нашим вимогам, описаним в статуті проєкту.

Було розроблено план управління якістю проєкту, оскільки кінцевою метою управління якістю проєкту є гарантування результатів, які задовольняють потреби та очікування клієнтів, зацікавлених сторін або замовників, залежно від кінцевого користувача.

Правильне управління ризиками в проєкті має величезний вплив на хід всього проєкту, тому було проведено аналіз та визначення засобів реагування на ризики проєкту. Визначено що найбільш небезпечними ризиками є тривалі вимкнення електроенергії, та можливі бойові дії на території реалізації проєкту. Для протидії цим загрозам необхідно мати альтернативні джерела електроенергії, та за необхідності, перемістити команду проєкту в безпечніше місце.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Л.Є. Довгань «Управління проектами»: Навчальний посібник Уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А.Мохонько, І.П.Малик. – К.: КПІ ім.Ігоря Сікорського, 2017. – 420 с.
2. Бушуев С.Д., Бушуева Н.С., Бабаев И.А., Яковенко В.Б., Гриша Е.В, Дзюба С.В., Войтенко А.С. Креативные технологии управления проектами и программами: Монография. - К.: «Саммит-Книга», 2010. – 768 с.: ил.
3. РМВоК. Керівництво з питань проектного менеджменту: Пер. с англ. / Під ред. С.Д. Бушуєва. - 2-е вид. .: Видавничий дім «Деловая Украина», 2000. – 198 с.
4. Brennen S. DigitalizationandDigitization [Електронний ресурс] / S. Brennen – Режим доступу до ресурсу: <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization>.
5. DeClerck J. Digitization, digitalization and digital transformation [Електронний ресурс] / DeClerck – Режим доступу до ресурсу: <https://appau.org.ua/publications/industriya-4-0-shho-tse-taketanavishho-tse-ukrayini>
6. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution: whatitmeans, howto respond [Електронний ресурс] / Schwab – Режим доступу до ресурсу: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourthindustrialrevolution-what-it-meansand-how-to-respond/>
7. Юрчак О. В. Індустрія 4.0 – що це таке та навіщо це Україні [Електронний ресурс] / О. В. Юрчак – Режим доступу до ресурсу: <https://appau.org.ua/publications/industriya-4-0-shho-tse-taketanavishho-tse-ukrayini/>
8. Павленко О. Український страховий ринок: можливості фінансування росту / О. Павленко // Фінансовий ринок України. – 2007. – № 10. – С. 11-16.
9. Шірінян Л. Фінансова надійність і фінансова стійкість страховиків / Л. Шірінян // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 9. – С. 173-178. 9.

Борисова В.А., Страховий захист ресурсного потенціалу АПК. – 2-ге видан. перероб. і доп. – Суми: Довкілля, 2010. – 200 с.

10. Wirkus, M. (2016). Adaptive Management Approach to an Infrastructure Project. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 226, 414-422

11. Goslin, R., & Muller, R. (2015). Relationships between a project management methodology and project success in different project governance contexts. *International Journal of Project Management*, 33, 1377–1392. DOI: 10.1016/j.ijproman.2015.03.005

12. Михайловська І. М. Основні підходи до визначення сутності, структури та принципів інтернет-страхування. *Вісник Хмельницького національного університету*. № 3, Т. 3. 2018. С. 157-160.

13. Полчанов А. Ю. Особливості розвитку страхування в умовах поширення інтернету. *Вісник ЖДТУ*. № 1 (71). 2019. С. 256-260

14. Рябоконт Н.П. Систематизація каналів продажів страхових продуктів. *Науковий вісник УАБС НБУ*. 2019. Вип. 34. С. 268-275.

15. Закон України «Про Національну програму інформатизації» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80>

16. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/537-16>

17. Pulse of the Profession [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.pmi.org/-/media/pmi/documents/public/pdf/learning/thought-leadership/pulse/pulse-of-the-profession-2017.pdf?sc_lang_temp=en.

18. Стрельбіцька Н. Уніфікований міжнародний стандарт ризик-менеджменту як відповідь на виклики глобалізації / Н. Стрельбіцька // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 2 (5) [Електронний ресурс]. – Режим доступу

19. Головач Т. В. Ризик менеджмент: зміст і організація на підприємстві / Т. В. Головач, А. Б. Грушевицька, В. В. Швид // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 3, Т. 1. – С. 157 – 163.

20. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>.

21. Підсумки діяльності страхових компаній України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.forinsurer.com.ua>.

22. Вілфрід Т. Проектний менеджмент: конспект лекцій и семінарів / Т. Вілфрід. – Тернопіль: Економічна думка. 2001. С. 95.

23. Інтегрування моніторингу і оцінки інвестиційного проекту з енергозбереження в систему контролю діяльності підприємства на засадах контролінгу [Електронний ресурс] / А.А. Балан, С.В. Філіппова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 4 (14). – С. 180-185. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n4.html>.

24. Кобиляцький Л.С. Управління проектами: Навч. посібник. К.: МАУП. 2002. С. 200. 10. Козаченко В.Є. Управління загальною вартістю володіння КІС // Корпоративні системи. № 2 2002. С. 13.

25. Зачко О. Б., Івануса А.І., Кобилкін Д.С. Управління проектами: теорія, практика, інформаційні технології. – Львів: ЛДУ БЖД, 2019. – 173 с.

26. Sutherland J., Coplien J. O. A scrum book: the spirit of the game. – Pragmatic Bookshelf, 2019