

Секція 2. Технології соціальних комунікацій в Інтернет та WWW

Класифікація замовників веб-проектів

Катерина Алексєєва

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м.Львів, вул.С.Бандери, 12.

Two criterias were proposed for the “first-glance” analysis of web-project success probability. First one is the customer’s level of web-design knowledge. The second is the customer’s manner to interact with developer (named “constructivity”). Combinations of these criterias are discussed to understand the probability of project development success.

Ключові слова – управління проектами, веб-розробка, проект, веб-сайт.

I. Вступ

Сьогодні проекти, спрямовані на створення веб-ресурсів, складають значну частину замовлень ІТ-компаній. Це обумовлює актуальність проблем вироблення моделей і методів ефективної взаємодії замовника і виконавця веб-проектів. Оцінити витрати ресурсів, ризики [1], оптимізувати роботу над проектом можна за допомогою оцінки замовника за двома критеріями: рівень знань та конструктивність.

II. Критерії оцінки замовників

Перший критерій оцінки замовника – це рівень його знань. Замовник із мінімальними знаннями веб-розробки не має уявлення про процес створення сайтів, інструменти, характер та обсяги робіт; зазвичай не має бачення цілей та кінцевого результату. Замовники із досвідом роботи в Інтернеті (користувачі) мають сформовані смаки і конкретизоване бачення кінцевого результату, але знань про процес розробки у них порівняно мало. Замовник-професіонал знає, як відбувається процес розробки, адекватно оцінює обсяг робіт, має чітке бачення проекту та технологій.

Другий критерій – конструктивність у відносинах замовника з виконавцем. Неконструктивний підхід дозволяє ефективно співпрацювати, у той час як неконструктивний може призвести до перевитрат часу та ресурсів.

Застосовують й інші критерії оцінки (за психологічними особливостями (відкритістю/закритістю) [2], психологічними типами [3], організаційною структурою підприємства-замовника, за національними особливостями), проте обрані нами критерії дозволяють дати оцінку «з першого погляду»: вже на ранніх етапах спілкування із замовником виконавець має можливість за стилем спілкування відчутти конструктивність, а за змістом – рівень знань, завдяки чому зробити висновок про потенційну успішність проекту.

III. Поєднання критеріїв

Поєднання критеріїв рівня знань та конструктивності замовника (припускаючи, що рівень знань розробника є високим, а його підхід до співпраці є конструктивним) мають такі характеристики:

ТАБЛИЦЯ 1

ПОЄДНАННЯ КРИТЕРІЇВ

Рівень знань	Неконструктивність	Конструктивність
Низький	Низька ймовірність успіху проекту. Замовник вимагає можливості вибору варіантів та необ'єктивний у прийнятті рішень. Типовий результат – «dead march» проект з 50% ймовірності провалу [4].	Замовник, який погано орієнтується у технологіях та процесах розробки, зазвичай схильний покладатися на виконавця. Успіх проекту у значній мірі залежить від професійності виконавця.
Середній	Висока ймовірність невдачі проекту через бажання замовника реалізувати задуми, про розробку яких йому відомо недостатньо для адекватної оцінки зусиль та вартості проекту.	Успішне виконання проекту вельми ймовірне, хоча вимагатиме від розробника додаткових зусиль для переконання замовника у якості виконаної роботи.
Високий	Ймовірний результат – витрата часу виконавця та незадоволений процесом розробки замовник. Водночас ймовірність успішного виконання проекту загалом є доволі високою.	За умови, що професійний рівень виконавця не нижчий, ніж рівень замовника, співпраця буде продуктивною та успішною, інакше замовник може бути розчарований.

Висновок

У доповіді проведено огляд класифікації замовників веб-проектів за двома критеріями: рівень знань та конструктивність. Підхід рекомендується до застосування при оцінці витрат часу, ризиків проекту та прогнозуванні успішності веб-проекту.

Література

1. Boehm Barry. Software Risk Management / Barry W. Boehm, Tom DeMarco // IEEE SOFTWARE, 0740-7459/97 . – 1997 . – P. 17-19.
2. Экспресс-классификация клиентов – в помощь проджект-менеджеру / Владимир Завертайлов. – [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу: <http://blog.sibirix.ru/2012/02/14/express-classification>. – Заголовок з екрану.
3. Классификация заказчиков в рекламной сфере: Психотипы и критерии. – [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу: <http://reklamist.com.ua/klassifikatsiya-zakazchikov-v-reklamno-14505/>. – Заголовок з екрану.
4. Yourdon E. What is a Death March Project and Why Do They Happen? / Edward Yourdon. – [Електронний ресурс]. – 2004. – Режим доступу: <http://www.informit.com/articles/article.aspx?p=169512>. – Заголовок з екрану.