

Комлик Елизавета Сергеевна, студентка, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Молдован Артем Анатольевич, руководитель, доцент кафедры корпоративных финансов и оценки бизнеса, кандидат экономических наук, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ИНТЕРНЕТ ПРОЕКТА

Аннотации: Статья посвящена обзору рисков, которые могут возникнуть в ходе реализации интернет проектов. Проведенное исследование позволяет утверждать, что планирование рисков является необходимостью в реализации интернет проектов. Так как правильное использование информационных технологий и методов управления проектами, может принести широкую популярность проекту при минимальных затратах.

Ключевые слова: интернет проект, риск менеджмент, целевая аудитория, планирование, активность аудитории на онлайн площадках.

Abstract: The article is devoted to an overview of risks that may arise during the implementation of Internet projects. The research makes it possible to argue that risk planning is a necessity in the implementation of online projects. The correct use of information technologies and project management techniques can bring widespread popularity to the project at minimal cost.

Keywords: online the project, risk management, target audience, planning, activity of audience on online platforms.

На сегодняшний день нет ни одной сферы деятельности, которая бы не была связана с интернет проектами. Планирование рисков проекта является

важной частью планирования проекта. В интересах дальнейшей жизнедеятельности проекта и самой организации, любой риск должен быть выявлен на ранней стадии работы.

Риск – неотъемлемая часть работы. С этим утверждением согласится любой практикующий управленец. Иногда риски можно предсказать. Несомненно, возникновение риска может быть незапланировано, но всегда можно снизить негативное влияние, если суметь отреагировать соответствующим образом. Управление рисками заключается в признании того, что риск может возникнуть, оценке его влияния и планировании реакций на его возникновение.

Традиционно руководители проектов, которые признают важность управления рисками, ведут реестры рисков и постоянно обновляют информацию для сохранения ее актуальности. Они изучают все возможные опасные ситуации для оценки их воздействия на проект и готовят план ответных действий. Использование самой простой электронной таблицы Excel для отслеживания рисков может стать лучшим решением для всей команды. Она позволит всем сотрудникам увидеть ситуацию на данный момент и оценить перспективы на будущее.

В процессе управления онлайн-проектами может возникнуть несколько видов рисков:

1. Некорректное определение целевой аудитории.

Верное определение целевой аудитории – основа успеха проекта. Неверно определенная аудитория просто не будет реагировать, и проект не получит переходы и даже просто просмотры, что уж говорить о новых клиентах.

Самое неудачное определение целевой аудитории – это слово «все». Аудиторию всегда можно конкретизировать. Пол, возраст, интересы, образование, проживание, социальный статус – все это можно и нужно конкретизировать [1].

Всю эту информацию можно узнать при помощи простого интервью среди предполагаемых представителей целевой аудитории. Кроме того,

описывая целевую аудиторию следует опираться не только на свое личное мнение, но и слушать критику, она тоже может быть важна

2. Неверное определение области интересов целевой аудитории.

После того, как целевая аудитория определена, необходимо решить задачу поиска нужных людей. Для этого необходимо верно выявить область их интересов. В наше время социальные сети набирают все большую популярность. Они помогут в определении области интересов, ведь там есть возможность посмотреть в каких форумах и группах состоит человек, чем он интересуется в повседневной жизни.

Неверное определение области интересов, опять же, приведет к неверному набору людей, на которых будет направлен реализуемый проект. Они не будут заинтересованы в его реализации, а значит прибыли и новых клиентов также не будет.

3. Недостаточная активность аудитории.

Большое количество подписчиков, но при этом на сайте не более трех-пяти сотен активных участников, которые действительно пользуются услугами и платят деньги. Это один из самых распространенных и проблемных случаев.

Над активностью аудитории следует работать, как над отдельным проектом. Создание страниц в социальных сетях, публикация текстов, которые точно затронут читателей, — вот необходимые инструменты.

Очень важно, чтобы у людей была возможность дать обратную связь, спросить об интересующем их продукте или услуге. Без этого активности не будет вообще. Также можно целенаправленно спрашивать у активных подписчиков их мнение. Это повысит их вовлеченность и подарит им чувство собственной важности.

4. Изначально неудачная бизнес-модель.

Что такое бизнес-модель? Это буквально метод, которым проект получает деньги. Часто называют термином «Монетизация». При проработке бизнес-модели, данные, полученные в результате маркетингового исследования, с учетом конверсии, можно применить для расчета прибыли.

Бизнес-модель должна содержать ответы на вопросы: «как» и «сколько». Необходимо составить примерный план будущей прибыли по месяцам [2].

В общем случае, удачными оказываются бизнес-модели:

- просчитанные;
- популярные, или коррелирующие с популярными методами «монетизации».

Просчитать очень просто. В электронных таблицах необходимо рассчитать количество чистых денег, полученное от одного довольного клиента, умножить на прогнозируемое количество посетителей и рассчитать календарный план-график.

5. Срыв сроков в разработке.

Необходимо тщательно просчитать все сроки реализации проекта. Лучше использовать для этого опытных аутсорсеров, так как взгляд со стороны всегда более независимый. Время на реализацию лучше всего оставлять с запасом, так как лучше сдать проект раньше срока, чем просрочить его выполнение.

Никогда нельзя забывать о том, что в любом проекте будет присутствовать человеческий фактор, которого никак не удастся избежать.

Если проект не укладывается в предложенные сроки, значит надо менять схему его реализации. Не всегда в этом случае смогут помочь сложные схемы и графики. Возможно, решение проблемы довольно простое. В этом случае опять же лучше обратиться к другим специалистам и получить независимый взгляд со стороны.

6. Недостаточная активность участников проекта.

Многие стартаперы ищут инвестиции в проект, при этом не задумываясь о его дальнейшей судьбе. Выявить таких возможно в результате интервью, некоторыми из следующих вопросов:

- они готовы продавать идею и проект на любых стадиях;
- они легко подстраивают бюджет проекта под возможности инвестора;
- они не готовы подписывать инвестиционные соглашения, обмениваться личными данными и так далее.

Чем меньше команда — тем лучше. Порой, имеет смысл купить идею и лояльность ее автора за небольшую сумму, и ответственно плотно заниматься реализацией в составе малой диверсионной группы.

Практика показывает, что наиболее лояльны и вовлечены именно наемные сотрудники.

7. Неактуальность.

IT-отрасль изумительно молода. Она сверхдинамично развивается, но, по сути, ей нет и 30 лет в мире, 15 лет в нашей стране.

Тренды в IT-отрасли очень коротки. Буквально — 3-6 месяцев. Сравните с 3-5 годами в рекламе (отрасли около 80 лет), 100 годами в строительстве. Тут все меняется очень быстро.

Очень многие просто пытаются повторять то, что обрело популярность на Западе. В большинстве случаев как идею используют популярные проекты, которые открывались несколько лет назад. Таким образом, повторяя их, авторы заведомо оказываются в ретроспективе, выпадают из тренда.

Доступный метод для удачного копирования — соотнести разработанную бизнес-модель с современными трендами. При этом обязательно необходимо убедиться в актуальности трендов на данный момент.

Серьезнейшая проблема — затягивание времени. От идеи до открытия зачастую проходит неприлично много времени. Это имеет серьезное влияние на успех проекта в различных аспектах. Один из способов избежать этой катастрофы — планировать подготовительные работы к открытию проекта таким образом, чтобы завершить их в пределах средней продолжительности тренда. А именно — не более 3-6 месяцев.

Тем не менее интернет проекты обеспечивают новый уровень взаимодействия между работниками компаниями. То есть для реализации онлайн проектов не нужна специальная инфраструктура, чтобы собрать сотрудников вместе. Для этой цели уже создана онлайн площадка, которая дает компании возможность сократить расходы.

Также расходы можно сократить другим спросом: оплачивается результат, а не время, проведенное в офисе. Больше не будут страшны простои и малоэффективные сотрудники.

К другим положительным характеристикам интернет проектов можно отнести возможность для участников проекта использовать дополнительные инструменты работы, а для руководителей – обеспечивать активное единовременное общение сотрудников, которые могут находиться в разных уголках мира.

В заключении хотелось бы сказать, что создание интернет проекта, который будет пользоваться успехом, приносить пользу и положительный эффект всем – очень сложно. В ходе исследования мы выяснили, что правильное использование информационных технологий и методов управления проектами, может принести широкую популярность проекту при минимальных затратах. Существует множество случаев, когда любительские интернет проекты становились высокоэффективным и прибыльным бизнесом.

Библиографический список:

1. Балдин, К.В. Управление рисками в инновационно-инвестиционной деятельности предприятия: Учебное пособие / К.В. Балдин. — М.: Дашков и К, 2013. — 420 с.
2. Фомичёв, А.Н. Риск-менеджмент / А.Н. Фомичёв. – М.: Дашков и К, 2011. – 376 с.