

УДК

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

Голикова Галина Викторовна, д-р экон. наук, проф.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж,
Россия, 394018; e-mail: ggalina123@yandex.ru

Цель: работа посвящена особенностям управления проектами в сети Интернет. *Обсуждение:* в предположении считается, что основу выбора, оценки эффективности и реализации проектов в сети Интернет положены базовые постулаты проектного подхода с его неотъемлемыми специфическими системными элементами и законами. *Результаты:* выявлены и обоснованы базовые показатели для расчета эффективности реализации проектов в сети Интернет, а именно: коэффициент конверсии, стоимость привлечения посетителя на сайт, рентабельность инвестиций и др.

Ключевые слова: управление проектами в сети Интернет, конверсия, анализ конкурентов в интернет-среде.

DOI:

Введение

Проекты на сегодняшний день являются довольно распространенным явлением и буквально пронизывают существование различных субъектов технической, информационной, архитектурно-строительной, инженерной, инновационной, экономической, производственной, культурной, экологической, социальной направленности. Все проекты направлены на преобразование и развитие, а иногда и вовсе на создание совершенно нового вида деятельности с его уникальной траекторией движения.

Цифровые технологии имеют активное развитие и являются неотъемлемой частью современного бизнеса. Практически каждая компания владеет собственным интернет-сайтом, транслирует свои предложения в сети Интернет, привлекая новых клиентов.

Основными проблемами при реализации интернет-проектов являются: выбор подрядной организации для разработки и продвижения веб-сайта и сложность самостоятельного создания и развития интернет-сайта.

Обоснование особенностей управления проектами в цифровой экономике

На сегодняшний день в отечественной и мировой практике не суще-

ствуется общепринятого толкования термина «проект». Проект – это ограниченный в бюджете, времени и ресурсах процесс, носящий стратегический характер, направленный на совершенствование, преобразование существующего или создание нового объекта (в т.ч. товаров, услуг) с целью получения экономической или иной выгоды на основании инвестиционных вложений.

Классическое проектное управление предполагает разбиение процесса его исполнения на последовательные этапы, рис. 1.

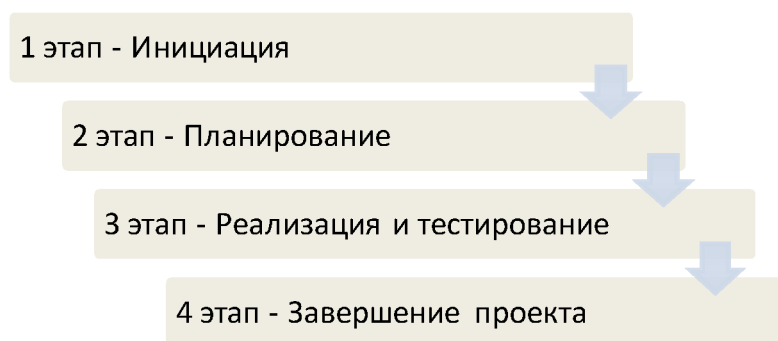


Рис. 1. Схема классического проектного подхода

Специфика проектов всегда предполагает единовременное изменение, которое необходимо реализовать за конечный отрезок времени с помощью взаимосвязанного набора работ. При этом, в отличие от традиционного процессного управления, проектное управление позволяет сфокусировать внимание команды на одной цели или объекте [7, 38].

Инструменты анализа интернет-бизнеса отличаются от классических инструментов для получения информации о конкурентах, потребителях и рынке.

Для определения спроса на товар или услугу в сети Интернет необходимо организовать сбор актуальных запросов (ключевых слов) поисковых систем в необходимом регионе и по тематике.

Анализ конкурентов проводится путем глубокого анализа веб-сайтов других компаний по необходимой тематике. Одним из способов анализа потребителей является тестовый запуск контекстной рекламы Яндекс.Директ по актуальным поисковым запросам и последующий анализ статистики посещений в Яндекс.Метрика. Анализ спроса на товар-услугу: Яндекс.Вордстат, Google Trends, KeyCollector. Анализ конкурентов в интернет среде можно осуществлять с помощью следующих инструментов: Allpositions.ru, Screaming Frog Seo Spider, Alexa.com. Анализ потребителей (сегментация целевой аудитории) можно проводить с помощью Яндекс.Директ и Яндекс.Метрика.

Основными особенностями управления дифференцированным портфелем проектов в интернет-среде являются: потребность знаний в области информационных технологий; необходимость быстрого запуска интернет-

проекта; сложность технической реализации; требуется понимание и прогнозирование современных трендов и ноу-хау; проблемы при работе с разработчиками-подрядчиками, нарушение условий сроков сдачи сайта и качества выполнения; максимальная автоматизация работы бизнеса с помощью интернет-сервисов и использования информационных технологий; минимальные инвестиции для запуска проекта; отсутствует ограничение по количеству проектов, входящих в портфель; управление компанией и портфелем возможно из любой точки мира.

Управление портфелем проектов в современных реалиях – это обязательное сопровождение или замена классического оффлайн (реальный сектор) бизнеса на онлайн (сеть Интернет).

Обобщим показатели для расчета эффективности веб-проектов в сети Интернет.

Коэффициент конверсии, который в веб-аналитике предполагает выполнение посетителями сайта интернет-проекта целевого действия: подписку на рассылку, звонок в компанию с сайта, посещение определенных страниц и т.д. Он рассчитывается как отношение числа посетителей сайта, которые совершили целевое действие, к общему числу визитов, измеряется в процентах (1):

$$CR = \text{Сумма Конверсий} / \text{Число Визитов} * 100\% \quad (1)$$

Конверсия – это важный показатель эффективности, который необходимо учитывать для всех сайтов, независимо от тематики и посещаемости. Безусловно, с ростом трафика количество конверсий должно расти. Преимуществом показателя является то, что он наиболее точно характеризует достижение целей сайта и целевой трафик. Однако конверсия сайта зависит не только от работ по его продвижению. На нее может влиять структура веб-сайта, его дизайн, ценность бизнес-предложения и т.д.

Стоимость привлечения посетителя рассчитывается по следующей формуле:

$$CPC \text{ Канала} = \text{Бюджет Канала} / \text{Объем Трафика с Канала} \quad (2)$$

Преимуществом показателя является точность отображения затрат на одного посетителя. Недостатком данного показателя является то, что проблематично посчитать расходы на поисковую оптимизацию и продвижение.

Стоимость целевого действия – в качестве стоимости целевого действия можно взять стоимость лида (CPL) или стоимость заказа (CPO). Этот показатель дает возможность определить, во сколько обходится потенциальный клиент для реализации проекта в сети Интернет. Зная этот показатель, можно корректировать бюджеты на различные каналы привлечения клиентов.

Приведем формулу расчета стоимости заказа:

$$\text{Цена_Одного_Лиды} = \text{Бюджет_Канала} / \text{Количество_Лидов} \quad (3)$$

$$\text{Цена_Одной_Продажи} = \text{Бюджет_Канала} / \text{Количество_Оплаченных_Заказов} \quad (4)$$

Преимуществом показателя является наличие возможности спланировать бюджет на новые активные способы продвижения интернет-проекта. Однако с помощью данного показателя сложно подсчитать затраты по раскрутке.

ROI – это показатель рентабельности инвестиций, который позволяет оценить эффективность вложений в проект при работе с теми или иными каналами. Этот показатель часто применяют для расчета возврата инвестиций в рекламных кампаниях по продвижению проектов (5).

$$ROI = \frac{\text{Полученная прибыль с канала}}{\text{Бюджет на канал}} * 100\% \quad (5)$$

Если $ROI < 100\%$, проект будет убыточным, $ROI > 100\%$ – проект окупится.

CTR – показатель стоимости одного клика – отношение числа кликов по объявлению к числу его показов. Измеряется в процентах и рассчитывается по формуле:

$$CTR = \frac{\text{(количество показов)}}{\text{(количество кликов)}} * 100\%$$

CTR позволяет оценивать, какие площадки и объявления приносят больше переходов пользователей.

Для оценки эффективности контекстной рекламы применяется показатель *CPA* – стоимость целевого действия, который показывает, во сколько обходится то или иное целевое действие по продвижению проекта в сети Интернет. Он рассчитывается по формуле:

$$CPA = \frac{\text{затраты на рекламу}}{\text{количество совершенных целевых действий}}$$

ROMI – коэффициент возврата инвестиций в маркетинг оценивает рентабельность рекламы по продвижению интернет-проекта. Формула расчета аналогична показателю рентабельности инвестиций с той разницей, что в качестве прибыли используются доходы, которые принесли рекламные кампании, а в качестве расходов – объем маркетингового бюджета.

$$ROMI = \frac{\text{прибыль} - \text{маркетинговый бюджет}}{\text{маркетинговый бюджет}} * 100\%$$

Отметим, что к оценке эффективности продвижения интернет-проекта необходимо подходить основательно и регулярно, вовремя предпринимая необходимые действия, которые повлияют на достижение целей компании.

Заключение

Инструменты анализа направлений инвестирования в портфель проектов в интернет-среде отличаются от классических инструментов для получения информации о конкурентах, потребителях и рынке. Для определения спроса на товар или услугу в сети Интернет необходимо организовать сбор актуальных запросов (ключевых слов) поисковых систем в необходимом регионе и по тематике. Нами была предпринята попытка обобщить базовые показатели для расчета эффективности реализации проектов в сети Интер-

нет, к которым относятся коэффициент конверсии, стоимость привлечения посетителя на сайт, стоимость целевого действия, стоимость заказа, рентабельность инвестиций, показатель стоимости одного клика, коэффициент возврата инвестиций в маркетинг.

Список источников

1. Бакрунов Ю.О. Проблемы эффективного управления инвестиционным портфелем // *Региональная экономика*, 2007, no. 5 (44).
2. Безрукова Т.Л. Модель выбора и координации инвестиционных проектов при реализации инвестиционной стратегии // *ФЭС*, 2008, no. 8, с. 61-63.
3. Володских В.В. *Методы оценки эффективности инвестиционных проектов. Управление изменениями в социально-экономических системах*: сб. ст. 17 межд. научно-практ. конф. Воронеж, Истоки, 2018, с. 58-63.
4. Голикова Г.В. *Формирование инвестиционной стратегии организации: теория и методология*. Воронеж, Научная книга, 2008.
5. Голикова Н.В. *Изменение инвестиционного поведения: модели и методы*. Воронеж, : Научная книга, 2008.
6. Кернер Г. *Стратегическое планирование для управления проектами с использованием модели зрелости*. Москва, Компания АйТи; Москва, ДМКПресс, 2013.
7. Товб А.С. *Управление проектами: стандарты, методы, опыт*. Москва, ЗАО «Олимп-Бизнес», 2013.
8. Трещевский Ю.И. *Инвестиционная деятельность в Воронежской области: проблемы и перспективы. Стратегия обеспечения устойчивого социально-экономического развития России*: тр. Междунар. науч.-практ. конф. Воронеж, 2006, с. 104-117.
9. Хелдман К. *Управление проектами. Быстрый старт*. Москва, ДМК Пресс; Академия АйТи, 2013.
10. Царевский Ф. *Яндекс. Директ. Как получать прибыль, а не играть в лотерею*. Санкт-Петербург, Питер, 2018.
11. Чиркунов К. Совокупность инвестиционных проектов: экономическое обоснование // *Проблемы теории и практики управления*, 2011, no. 10, с. 79-90.
12. Энж Э. *SEO. Искусство раскрутки сайтов*. Санкт-Петербург, БХВ-Петербург, 2014.

THE SPECIFICS OF PROJECT MANAGEMENT IN THE INTERNET ENVIRONMENT

Golikova Galina Viktorovna, Dr. Sc. (Econ.), Full Prof.

Voronezh State University, University sq., 1, Voronezh, Russia, 394018; e-mail: ggalina123@yandex.ru

Purpose: the article deals with the specifics of project management in the Internet. *Discussion:* there is a proposition that the basis for the selection, evaluation and implementation of projects in the Internet are the basic postulates of the project approach with its basic specific system elements and laws. *Results:* the author identified and justified the basic indicators for calculating the effectiveness of projects in the Internet, namely: conversion rate, the cost of attracting visitors to the site, return on investment, etc.

Keywords: project management in the Internet, conversion, analysis of competitors in the Internet environment.

References

1. Baklunov Y.O. Problemy effektivnogo upravleniya investitsionnym portfelem [Problems of efficient portfolio management]. *Regionaleconomy*, 2007, no. 5(44). (In Russ.)
2. Bezrukova T.L. Model' vybora i koordinatsii investitsionnykh proektov pri realizatsii investitsionnoj strategii [Model of selection and coordination of investment projects in the implementation of the investment]. *FES*, 2008, no. 8, pp. 61-63. (In Russ.)
3. Volotskich V.V. [Methods of an assessment of efficiency of investment]. *Upravlenie izmeneniyami v sotsial'no-ekonomicheskikh sistemakh: sb. st. 17 mezhd. nauchno-prakt. konf. [Management of changes in socio-economic systems: collection of articles of the 17th int. scientific practice. Conf.]*. Voronezh, Istoki, 2018, pp. 58-63. (In Russ.)
4. Golikova G.V. *Formirovanie investitsionnoj strategii organizatsii: teoriya i metodologiya* [Formation of investment strategy of the organization: theory and methodology]. Voronezh, Scientific book, 2008. (In Russ.)
5. Golikova N.V. *Izmenenie investitsionnogo povedeniya: modeli i metody* [Change of investment behaviour: methods and models]. Voronezh, Scientific book, 2008. (In Russ.)
6. Kerner G. *Strategic planning for project management using a maturity*. Moscow, DMK Press, 2013.
7. Tovb A.S. *Project Management: standards, methods and practices*. Moscow, JSC «Olympus-Business», 2013.
8. Treshchevskii Y.I. [Investment activity in the Voronezh region: problems and prospects of Russia's sustainable social and economic development] tr. Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. [3-rd International. scientific.-prakt. Conf.]. Voronezh, 2006, pp. 104-117. (In Russ.)
9. Heldman K. *Upravlenie proektami. Bystryj start* [Project Management. Quick start]. Moscow, DMK Press; Academy IT, 2013. (In Russ.)
10. Tsarevskiy F. *Yandex. Direkt. Kak poluchat' pribyl', a ne igrat' v lotereyu* [Yandex. Direct. How to make a profit, and not to play the lottery]. Saint-Petersburg, Peter, 2018. (In Russ.)
11. Chirkunov K. *Sovokupnost' investitsionnykh proektov: ekonomicheskoe obosnovanie. Problemy teorii i praktiki upravleniya* [Set of investment projects: economic justification]. *Problems of theory and practice of management*, 2011, no. 10, pp. 79-90. (In Russ.)
12. Ange E. *SEO. Iskusstvo raskrutki saj-tov* [SEO. The art of promotion]. Saint-Petersburg, BHV-Petersburg, 2014. (In Russ.)