

**Е. В. Алсагарова, А. С. Неупокоев, А. А. Якимов**  
(студенты)

*Сибирско-американский факультет менеджмента  
Байкальской международной бизнес-школы  
Иркутского государственного университета*

## **ВЕРИФИКАЦИЯ И ВАЛИДАЦИЯ ПРОЕКТОВ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ADWINS»**

Согласно ГОСТ Р ИСО 9000-2008 верификация — это «подтверждение посредством представления объективных свидетельств того, что установленные требования были выполнены» [1].

С другой стороны, валидация — это «подтверждение посредством представления объективных свидетельств того, что требования, предназначенные для конкретного использования или применения, выполнены» [1].

Компания «Adwins», на примере которой проводилось исследование, является веб-студией, начавшей свою деятельность в 2010 г. Виды деятельности компании: создание веб-сайтов, создание рекламных страниц, контекстная реклама в Интернете, продвижение сайтов в поисковых системах, оптимизация контента сайта, аудит сайта, перевод текстов с иностранного языка.

Основная проблема большинства веб-студий — установление взаимопонимания между заказчиком и исполнителем. Особые сложности возникают при сдаче проекта заказчику, так как требования заказчика редко бывают выполнены на удовлетворительном для клиента уровне.

Основные рекомендации по тому, как улучшить процессы верификации и валидации проектов в компании «Adwins»:

- пересмотреть количество и назначение входных документов;
- пересмотреть содержание входных документов;
- улучшить процесс информационного обмена между участниками процесса.

1. Обоснование количества и назначения документов. Для стандартизации процессов верификации необходимо установить конкретный перечень документов, необходимый для оценки результата.

1.1. Разработка сайтов. На данный момент взаимодействие с клиентом работает следующим образом. От клиента поступает бриф — документ, необходимый для первого этапа разработки проекта. Он должен содержать коротко и ясно представленную задачу, которая должна быть подкреплена информацией, необходимой для ее качественного выполнения. Этот документ «позволяет избежать многих разногласий, так как в нем зафиксирована базовая информация, указанная клиентом и приня-

тая агентством» [2]. На его основе и консультациях с клиентом составляется техническое задание (ТЗ), то есть документ, который регламентирует, какие работы должны быть выполнены. ТЗ «должно содержать основные технические требования к продукту и отвечать на вопрос, что данная система должна делать, как работать и при каких условиях» [3]. На базе ТЗ формируется недетализированный список задач, который разбивается потом на более мелкие, использующиеся в итерациях. Они согласуются с клиентом, и для них рассчитывается стоимость.

Такая система делает согласование с клиентом практически беспроблемным — клиент становится практически членом команды, все работы согласованы с ним уже до сдачи проекта. Изменять количество документов для работы с клиентом в таком случае не представляется необходимым. Иное дело — внутренняя проверка сайта. Во время проверок сайта зачастую обнаруживаются ошибки и недоделки, которые нужно было исправить или сделать несколько недель назад. Для проверки предлагается ввести чеклист для каждого проекта. Проверки по типу «сделано — не сделано» выполняются в компании и сейчас. Чеклист должен содержать зону для комментариев и переписке по какой-либо ошибке.

Также есть альтернативное решение — введение программного продукта, который позволит автоматически выполнять верификацию проекта в ходе его выполнения. Примером такого продукта является SEO Powersuite.

1.2. Оказание одиночных услуг. Единственный документ, определяющий работу по таким заказам — бриф. Для улучшения работы предлагается проводить с брифом такую же операцию, как и с брифом для веб-сайта — менеджер преобразует бриф в ТЗ. Таким образом, работник будет получать указания, сформированные в терминах организации, а не клиента, что значительно упростит работу над заданием. Так, дизайнеру придет задание «оформить сайт в светлых тонах», а не «сделайте так, чтобы оставалось приятное впечатление от просмотра».

Формировать какой-либо документ для проверки качества не представляется необходимым, так как работа не такая сложная и комплексная, как разработка сайта. Возможно, создать некий общий лист проверки для идентичных операций.

2. Оптимизация содержания входных документов.

2.1. Бриф должен содержать коротко и ясно представленную задачу, которая должна быть подкреплена информацией, необходимой для ее качественного выполнения. Бриф является первым этапом разработки проекта.

Оптимальный размер брифа определяется не объемом текста, а количеством вопросов и ответов для всестороннего изучения проблемы

клиента. По большому счету, бриф должен быть частью контракта, и относиться к нему нужно соответственно.

Содержание брифа должно быть следующим: реквизиты сторон, цели, целевая аудитория, конкуренты, конкурентное преимущество клиента, суть задачи, требования к задаче, бюджет, сроки, креативная концепция, замечания.

2.2. Техническое задание — необходимый документ для разработки проекта, который должен описывать суть самого проекта.

На данный момент роль технического задания для разработки сайтов в компании выполняет бриф, который имеет следующий вид: исполнитель и заказчик, задача, главная страница, информация по разделам, что включает в себя работа над сайтом и приложения.

Помимо брифа компания подготавливает смету со стоимостью проекта и план со сроками. Кроме того, по ходу выполнения проекта компания часто связывается с клиентом, который следит за выполнением своих требований.

Мы предлагаем ввести такой документ, как техническое задание, которое более широко описывает суть проекта, включает в себя требования клиента, стоимость и сроки проекта.

Структура технического задания для разработки сайта будет иметь следующий вид:

- Общие сведения. Этот раздел вводит в курс дела, объясняет суть проекта, кто исполнитель, его контакты.
- Эксплуатационное назначение. Это выгода, которую должен принести сайт. Для Интернет-магазина это будет продажа товара, для сайта визитки — это сделать рекламу в интернете и т. д.
- Функциональное назначение. В этом разделе должен быть краткий перечень того, какие технические средства необходимы для достижения выгоды, описанной в предыдущем разделе. Например, для Интернет-магазина это каталог товаров, корзина заказа, страницы с информацией о доставке, возврате и о компании.
- Термины и определения. Этот раздел описывает основные термины и определения. Он дает уверенность, что заказчик и исполнитель подразумевают одно и то же.
- Данные. Этот раздел содержит перечень сущностей, которые используются в проекте. Для примера, описание сущности новости: заголовков, текст, дата публикации.
- Списки. Необходимо четко определять термины, используемые в ТЗ. К примеру, термин «последние новости» может означать как последние 5 новостей, так и новости за последние сутки. Если заказчик хочет, чтобы сбоку на панели был список похожих статей, нужно согласовать с ним, что он подразумевает под термином «похожие ста-

ты», поскольку для этого случая нужно будет разрабатывать алгоритм подбора похожих статей.

- Страницы с описанием. Этот пункт содержит описание всех страниц, которые должны быть на сайте, и того, что на них должно быть. В большинстве случаев это достаточно короткое описание, поскольку можно использовать отсылки к данным и спискам.

- Требования к надежности. Для описания требований к надежности следует обговорить, насколько загруженным ожидается сайт, поскольку высокая нагрузка может потребовать особые действия по настройке серверов или написанию кода. Немаловажной частью является настройка бэкапов, так как никто не застрахован от неприятных ситуаций.

- Требования к хостингу. Как ясно из названия пункта, здесь должны быть описаны требования к хостингу, на котором будет размещен сайт. Сюда следует включить различные требования: к библиотекам, дисковому пространству, памяти, smtp, pop, ftp, внешним программам — все, что имеет значение для работы проекта.

- Наполнение контентом. Этот пункт оговаривает объем наполнения контентом. Как минимум, мы должны создать тот контент, который позволит заказчику начать эксплуатацию сайта.

- Сдача и приемка. Этот раздел включает описание условий, при наступлении которых должен произвестись расчет по работе.

Таким образом, за счет пересмотра содержания входных документов мы сможем уменьшить вероятность взаимонепонимания между заказчиком и исполнителем.

3. Улучшение процесса обмена информацией. При осуществлении больших проектов обмен информацией с клиентом осуществляется каждую неделю при определении работ и их стоимости на следующую итерацию. Контакт с клиентом осуществляется через координатора проектов. Учитывая количество работников, вовлеченных в проект, такая схема представляется вполне разумной.

При оказании единичных услуг эта схема начинает выглядеть довольно громоздкой. Разумно осуществлять контакты через отдельного человека, если участников проекта много. Если над проектом работает всего один человек, то схема обмена информацией становится такой: клиент — офис-менеджер — координатор — работник — координатор — клиент. При начале работы над заказом практически всегда возникает необходимость уточнить какую-либо информацию. Тогда повторяется звено работник — координатор — клиент и обратно. Такой формат общения значительно снижает время работы над проектом и отвлекает на переписку.

Избавиться от такого эффекта можно, передав координатору право корректировать бриф. Получая бриф, он, во-первых, преобразует его в

ТЗ, а, во-вторых, согласует с клиентом и уточняет информацию. Такая форма обмена позволила бы значительно снизить недопонимание клиента и организации после завершения работы над проектом.

Валидация и верификация являются чрезвычайно важными процессами для проектной организации. Процесс верификации может быть улучшен через качество документации, по которой производится оценка проекта. Процесс валидации определяется отслеживанием объективных требований. В сфере веб-разработок этот процесс складывается из оценки проекта клиентом и результативности: сможет ли разработанный студией сайт или контекстная реклама привлечь нужное количество клиентов.

Для веб-студии Adwins авторами были предложены альтернативные документы, позволяющие сделать процесс верификации более стабильным и уменьшить вероятность возникновения недопонимания между фирмой и клиентом. Предлагается ввести техническое задание (с подробным описанием технических требований), расширить бриф, ввести чеклист и процедуру тестирования и проверки сайта.

Для повышения качества процесса валидации предлагается изменить процесс обмена информацией между участниками процесса и использовать программные средства для оценки продукта.

### **Список литературы**

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2008. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. — М.: Стандартинформ, 2009. — 30 с.
2. URL: <http://statja.ru/publik/brief-statja.html>.
3. URL: <http://it-gost.ru/content/view/101/51/>.