

**А. А. Булдаков**  
(школьник)

## **ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТЫ**

Если говорить что такое Интернет-проект, то принято понимать определенную последовательность задач, направленную на достижение конкретных целей в течение заданного периода времени, с установленными требованиями к качеству результатов и возможными рамками расхода ресурсов. Соответственно, успешность реализации проекта целиком зависит от соблюдения этих трех основных условий: качество, функциональность, сроки и ресурсы.

Рассмотрим классификацию Интернет-проектов. По затратам они делятся на:

1. Небольшие проекты. Затраты на разработку оцениваются в 300-1000 человеко-часов (ч/ч). Команда разработчиков состоит из 2-х-5-ти человек. Продолжительность проекта — 1-3 месяца.

2. Средние проекты. Затраты на разработку оцениваются в 1000-10000 ч/ч. Команда разработчиков обычно состоит из 5-12 человек. Продолжительность — 2-10 месяцев.

3. Крупные проекты. Затраты на разработку оцениваются в 10000-30000 ч/ч. Команда разработчиков обычно от 10-ти человек. Продолжительность от 6 месяцев до 1,5 лет.

4. Очень крупные проекты. Затраты на разработку оцениваются свыше 30000 ч/ч.

Если называть конкретные примеры, то к небольшим проектам можно отнести — <http://www.bmw.ru>, <http://www.sistel.ru>, <http://www.academy.ru>; к средним — <http://www.24x7.ru>, <http://www.i2i.ru>; к крупным проектам в Рунете необходимо отнести Яндекс и Рамблер. А <http://www.Amazon.com> относится к разряду очень крупных проектов.

Существует и другой принцип определения размера проекта — стоимость. Примерная шкала для Рунета такова: небольшие проекты — до 1 тыс. руб., средние — до 10 тыс. руб., крупные — до 100 тыс. руб., очень крупные проекты — свыше 1 млн руб.

По бизнес-назначению можно выделить: коммерческие, «полу-коммерческие» и корпоративно-имиджевые проекты.

Коммерческие проекты подразумевают, что сайт является основным источником дохода либо играет важную роль в бизнес-модели компании. Задача при запуске проекта — как можно раньше появиться в Рунете, раскрутиться и привлечь максимальное количество аудитории. При продвижении данных проектов много средств уходит на рекламу и маркетинг. В качестве примеров можно назвать интернет-магазины, которые имеют только виртуальные прилавки без физического представительства (<http://www.24x7.ru>, <http://www.torg.ru>, <http://www.ozon.ru>), аукционы, B2B-сайты.

У «полу-коммерческих» проектов сайт не является основным источником дохода, но все же приносит реальные деньги. Это, например, интернет-магазины, имеющие реальные прилавки (например, магазин издательства «ЛЮРИ»). Или некоторые магазины компьютерной техники и т.п. Интернет-магазин в этом случае не является основным источником продаж, а больше исполняет имиджевую роль. К этой же категории можно отнести представительства в интернете тур-фирм (бронирование билетов, гостиниц, заказы путевок), сайты многих газет и журналов, предоставляющих пользователям платную информацию. К таким проектам относятся сайты, рассчитанные на достижение максимального числа посетителей, — топ-листы, мэйл-сервера, новостные сайты, раз-

влекательные сайты, проекты, доход которых основан на размещении рекламы (в виде баннеров или еще чего-либо). Затраты на рекламу таких сайтов значительно ниже.

Целью корпоративно-имиджевых проектов является выгодно представить компанию в сети, разместив информацию о себе, полезную для клиентов или рекламирующую свою продукцию. Сайт в данном случае не является прямым источником дохода. Например, web-система «Билайна» (<http://www.beeplus.ru>, <http://www.beelinegsm.ru>, <http://www.beeline.plus>).

Нужно различать два понятия — время, которое требуется на запуск интернет-проекта и время, которое требуется на полную разработку интернет-проекта. В отличие от коробочного ПО, для интернет-проектов характерен поэтапный выпуск, когда разработка проекта разбивается на несколько логических этапов. Во время запуска проект должен содержать набор минимальной функциональности, ниже которой его конкурентно-способность близка к нулю. Особенно это показательно для коммерческих проектов, где временной разрыв между запуском и окончанием может быть достаточно существенным.

Минимальный срок для запуска несложного (например, имиджевого) проекта составляет около месяца, для проекта средней сложности (коммерческие и полу-коммерческого) — от 1-3 месяцев, для сложных проектов — от 3-6 месяцев и выше.

Стоимость проекта складывается из нескольких составляющих: затрат на разработку, стоимости hardware, стоимости лицензионного ПО, стоимости маркетинговых и рекламных компаний, а также затрат на структуру поддержки и ведения проекта.

На основе изучения различных Интернет-проектов, автором статьи был разработан сайт для школы.