

УДК 604.5

Анализ архитектуры отдела разработки уникальных продуктов компании GoodLine

К.Е. Колобова, студентка

Научный руководитель – Е. В. Буйная, доцент, к.э.н.

Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф.
Горбачёва, г. Кемерово

Архитектура предприятия – это совокупность знаний об организованности отдельных элементов предприятия: систем, процессов, людей, инфраструктуры, данных, целей, задач, требований и т. д. Архитектура – это проектирование, а его результат – набор схем, задающих структуру организации, поведение элементов структуры и их взаимосвязи: информационные, организационные, технологические [1].

Рассмотрим архитектуру отдела Разработки уникальных продуктов компании GoodLine. Данный отдел занят разработкой мобильного приложения Кавёр. Это афиша необычных и трендовых событий и мест не для всех. Города — Москва, Санкт-Петербург, Будапешт и Нью-Йорк. Есть платный контент.

Отдел можно условно разделить на две части – продуктовая команда и команда разработки. Также существует человек, выступающий связующим звеном между этими командами – Тимлид. Продуктовая команда состоит из Главного специалиста по внешним связям и контенту, Маркетолога и Продакт-менеджера, который является заказчиком проекта. Команда разработки состоит из двоих фронтенд-разработчиков, одного бекенд-разработчика и тестировщика. Также в работу над приложением привлекаются фрилансеры – дизайнер и специалисты по контенту. Организационная диаграмма отдела представлена на рисунке 1.

Продуктовой частью команды определяется, что нужно сделать для дальнейшего развития. Генерируются гипотезы, составляется план действий. К обсуждению может быть привлечена команда разработки. Работы согласовываются с Тимлидом, по необходимости вносятся корректировки. После пишется техническое задание (далее ТЗ) и передается в работу разработчикам. Далее происходит совместное и попарное планирование работ, которое является основным показателем эффективности отдела: если удалось уложиться в план, следовательно, отдел эффективен. Продакт-менеджер становится в известность, на этом этапе возможны корректировки в ТЗ. После всех согласований, задачи берутся в работу.

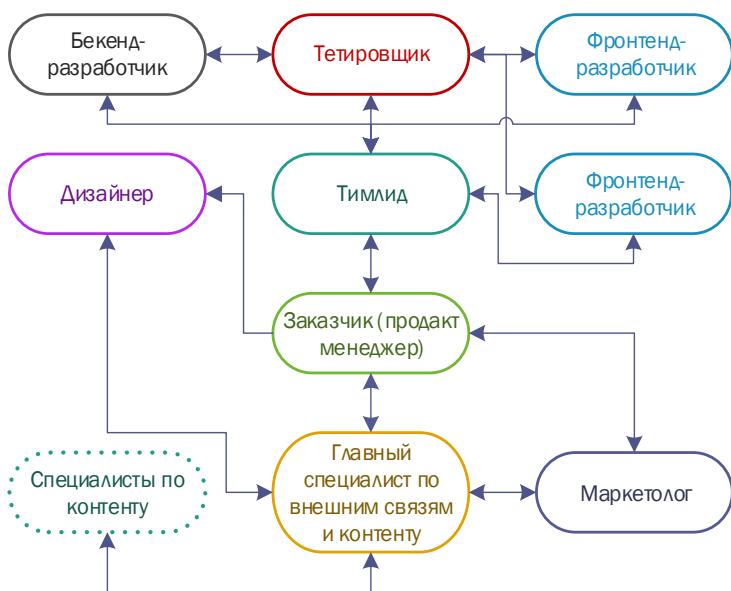


Рисунок 1 Организационная диаграмма отдела

Рассмотрим, чем именно заняты вышеперечисленные люди. Начнем с человека, который выполняет больше всего разноплановых задач – с **Главного специалиста** по внешним связям и контенту. В его обязанности входит:

- 1) просмотр отчетов специалистов по контенту (обычно от каждого из них требуется найти и опубликовать до 30-ти событий в день, формируются в Google Docs);
- 2) ответы пользователям в Telegram и WhatsApp;
- 3) добавление новых баннеров в приложение: для этого составляется ТЗ для Дизайнера и используется Postman);
- 4) добавление контента в Instagram, Vkontakte, Telegram;
- 5) связь с организаторами и последующее распределение работы по Специалистам по контенту;
- 6) размещение промокодов в приложении: для этого также составляется ТЗ для Дизайнера;
- 7) придумывание Push-уведомлений;
- 8) перевод денег фрилансерам;
- 9) подсчет ЗП;
- 10) согласование отпусков;
- 11) создание отчетов для бухгалтерии;
- 12) участие в различных совещаниях;
- 13) собеседования: просмотр резюме, размещение вакансий, личные встречи;
- 14) оплата сервисов;
- 15) отслеживание комментариев в мобильном приложении, ответы на них или перенаправление этой задачи на Специалистов по контенту;

16) добавление новых подборок событий: написание ТЗ для Дизайнера и Бекенд-разработчика;

17) уведомление Специалистов по контенту о добавлении новой подборки событий;

18) расчет бюджета на рекламу: осуществляется совместно с Маркетологом.

В его список обязанностей **Продакт-менеджера** входит:

1) проверка почты (отзывы, предложения, оплаченные сервисы, данные по платежам);

2) поиск полезных людей и CustDev (организаторов, людей из компаний-конкурентов);

3) ответы на отзывы;

4) закупка отзывов;

5) митапы и внутренние совещания;

6) написание ТЗ для разработчиков;

7) написание ТЗ для Дизайнера;

8) изучение и составление внутренних отчетов.

Маркетолог имеет следующий перечень обязанностей:

1) разработка креативов, рекламных кампаний;

2) разработка ТЗ для Дизайнера;

3) запуск рекламных кампаний и/или проверка существующих;

4) CustDev американцев – письма, звонки;

5) заполнение отчетов (затраты, продажи);

6) расчет бюджета на рекламу.

Также вышеописанные люди имеют достаточно много пересекающихся между собой обязанностей:

1) разработка фичей;

2) разработка маркетинговых гипотез и креативов;

3) перевод денег разным людям и по разным поводам (организаторам, пользователям и т.д.);

4) оплата переводов;

5) обсуждение стратегий развития;

6) поиск сервисов по требованию (например, API для определения геолокации);

7) совещания с разными людьми (разработчиками, трекерами, организаторами событий и т.д.).

Тимлид на своей должности занят следующим:

1) обеспечение разработчиков задачами (так как разработчики имеют почасовую оплату труда их требуется постоянно снабжать задачами);

2) планирование работ по спринтам, которое проводится совместно со всеми разработчиками;

3) ежемесячные совещания с разработчиками по вопросам мотивации, карьерного роста и общей эффективности;

- 4) формирование отчетов о проделанной командой работой за месяц;
- 5) участие в собеседованиях при найме новых разработчиков;
- 6) подсчет ЗП (закрытие задач);
- 7) отчеты перед Главным специалистом по внешним связям и контенту при необходимости.

Как **фронтенд**, так и **бекенд разработчики** имеют одинаковый список обязанностей (различие заключается только в области разработки):

- 1) планирование работ по спринтам (как совместное всей командой разработки, так и личное);
- 2) проведение ревью кода двойки (напарника);
- 3) разработка фичей и поддержка приложения;
- 4) добавление новых подборок событий (ТЗ от Главного специалиста по внешним связям и контенту);
- 5) составление отчета о проделанной работе;
- 6) прохождение программы индивидуального развития;
- 7) ежемесячное совещание с Тимлидом;
- 8) общение с фронтенд-разработчиком по рабочим вопросам;
- 9) правка багов, найденных в ходе тестирования;
- 10) наставничество над новичками, если такие имеются.

Тестировщик является заключительным звеном разработки, в его обязанности входит:

- 1) планирование работ по спринтам;
- 2) ручное тестирование приложения;
- 3) разработка автоматических тестов;
- 4) отслеживание багов и падений приложения (Sentry, Smartlook);
- 5) ручное тестирование релизной сборки;
- 6) прохождение программы индивидуального развития;
- 7) ежемесячное совещание с Тимлидом;
- 8) описание найденных багов (как повторить), запись видео при необходимости;
- 9) составление отчета о проделанной работе.

Так выглядят процессы в отделе Разработки уникальных продуктов. На данный момент был произведен сбор информации по должностным обязанностям каждого из сотрудников. Помимо должностных инструкций был проведен опрос, в ходе которого удалось уточнить обязанности до малейших деталей. А дальнейшем будет произведен анализ бизнес-процессов отдела и представлены варианты улучшений его работы.

Список литературы:

1. Что такое архитектура организации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://strategy.cdto.ranepa.ru/5-1-chto-takoe-arhitektura-organizacii>, свободный (дата обращения: 02.04.2022).