ΠΡΟΤΥΠΟ ΔΟΜΗΣ 1

Έγγραφο απαιτήσεων εμπλεκομένων μερών (StRS)  
Stakeholders Requirements Specification

ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΟΥ ΕΓΓΡΑΦΟΥ ΤΟΥ ΠΡΟΤΥΠΟΥ ISO/IEC/IEEE 29148:2011

[Χρήστες που συμμετέχουν στο crowdsourcing]

Συμπληρώνεται ένα έγγραφο για κάθε εμπλεκόμενο μέρος. Οι stakeholders ΔΕΝ ταυτίζονται με τους ρόλους χρηστών.

Ελάχιστα εμπλεκόμενα μέρη:

1) οι χρήστες που συμμετέχουν στο crowdsourcing

2) "εμείς" ως ο κατασκευαστής του λογισμικού

# Εισαγωγή

## 1.1 Ταυτότητα - επιχειρησιακοί στόχοι

Τι θέλουμε να πετύχουμε με το σύστημα. Αναφέρεται στον stakeholder ο οποίος υπογράφει το κείμενο.

Σκοπός της συμμετοχής των χρηστών στο crowdsourcing είναι η ανιδιοτελής προσφορά στο σύνολο, καθώς και η κοινωνική ανάδειξη μέσω αυτής. (Εν τέλει είναι τόσο ανιδιοτελής η προσφορά;)

## 1.2 Περίγραμμα επιχειρησιακών λειτουργιών

Γενική περιγραφή. Περίληψη και αναφορές με χρήση διαγράμματος δραστηριοτήτων UML, αν απαιτείται. Το διάγραμμα και το περίγραμμα είναι από τη σκοπιά του stakeholder που γράφει. Το διάγραμμα από τη σκοπιά "ημών" δεν περιλαμβάνει τα διαγράμματα από τη σκοπιά των άλλων stakeholders.

# Αναφορές - πηγές πληροφοριών

Αναφορά σε πηγές πληροφοριών. Αν υπάρχει κάτι που έχει νόημα. Διαφορετικά γραφουμε "Ν/Α".

N/A

# Διαχειριστικές απαιτήσεις επιχειρησιακού περιβάλλοντος

## 3.1 Επιχειρησιακό μοντέλο

Περιγραφή του επιχειρησιακού μοντέλου από τη σκοπιά του stakeholder: γιατί θα λειτουργήσει και θα γίνει διαδεδομένη η εφαρμογή, πού εντάσσεται σε αυτό που θέλει να πετύχει.

Οι ιδιώτες stakeholders δεν έχουν επιχειρησιακό μοντέλο ή έχουν πολύ απλό (πχ κίνητρα εκπτώσεων)

Οι χρήστες που συμμετέχουν στο crowdsourcing δεν έχουν κάποιο επιχειρησιακό μοντέλο, έχουν όμως ως κίνητρο εικονικά βραβεία που θα παίρνουν λόγω του πλήθους και της ποιότητας/εγκυρότητας των καταχωρήσεών τους (gamification) αλλά και πιθανών εκπτώσεων που θα κερδίζουν μέσω αποκλειστικών προσφορών για τους χρήστες της πλατφόρμας.

## 3.2 Περιβάλλον διαχείρισης πληροφοριών

Περιληπτική αναφορά στη σημερινή εικόνα για το περιβάλλον διαχείρισης των αντίστοιχων πληροφοριών. Αν η σημερινή εικόνα δεν περιλαμβάνει ενημέρωση τιμών από εφαρμογές, γράφουμε ακριβώς (και μόνο) αυτό (αφορά τους ιδιώτες).

Αν η σημερινή εικόνα περιλαμβάνει και άλλα κανάλια προώθησης, κάνουμε μια αναφορά σε αυτά. Σύντομη.

Η σημερινή εικόνα για το περιβάλλον διαχείρισης αντίστοιχων πληροφοριών για διάφορα προϊόντα είναι κυρίως μέσω του skroutz.gr, μερικών blogs-sites που ανεβάζουν προσφορές για διάφορες εταιρείες καθώς και φυσικά στόμα με στόμα. Επίσης υπάρχει ένα μικρό μέρος του κοινού που ενημερώνεται για προσφορές και μέσω της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου. Πέραν όμως του skroutz.gr σχεδόν όλα τα άλλα αποτελούν μεμονωμένη πληροφορία (δεν υπάρχει σύγκριση μεταξύ διαφόρων παρόχων) η οποία στις περισσότερες περιπτώσεις αποτελεί προϊόν διαφήμισης, άρα δεν δίνει μια αντικειμενική εικόνα για τις ανταγωνιστικές τιμές.

# Λειτουργικές απαιτήσεις επιχειρησιακού περιβάλλοντος

## 4.1 Επιχειρησιακές διαδικασίες

Ροές εργασιών κατά τη συλλογή και πρόσβαση σε δεδομένα της εφαρμογής μας. Η πρόσβαση στα δεδομένα είναι διαφορετική για ιδιώτες stakeholders και για επιχειρήσεις που θέλουν να παρακολουθήσουν πχ διαφημιστικά campaigns

## 4.2 Περιορισμοί

Αναφορά σε περιορισμούς εφόσον υπάρχουν. Αυτοί μπορεί να είναι περιορισμοί πρόσβασης σε δεδομένα.

Περιορισμό για τους χρήστες αποτελεί το γεγονός ότι δεν έχουν πρόσβαση σε ολόκληρη τη βάση δεδομένων της εφαρμογής αλλά μόνο σε μια όψη της κατάλληλη για απλούς χρήστες. Περεταίρω δεδομένα θα μπορούν είτε να αγοραστούν για εμπορικούς / διαφημιστικούς σκοπούς είτε θα αποτελούν προσωπικά δεδομένα των χρηστών και γενικότερα δεδομένα μη προσβάσιμα από το ευρύ κοινό.

## 4.3 Δείκτες ποιότητας

Αναφορά σε δείκτες ποιότητας: Τι θα κάνει "καλή" μια τέτοια υπηρεσία; Δεν είναι το ίδιο, απαραίτητα, για κάθε stakeholder. Δεν αναφερόμαστε ούτε σε στόχους, ούτε σε κερδοφορία.

(Δεν γνωρίζω εάν πρέπει να υπάρχουν δείκτες ποιότητας και για τους χρήστες αλλά ενδεικτικά: )

Πλήθος καταχωρήσεων.

Απήχηση καταχωρήσεων (μέσω μετρητή προβολών αλλά και βαθμολόγησης των καταχωρήσεων ως έγκυρες ή μη)

Πλήθος εικονικών βραβείων / εκπτώσεων μέσω της εφαρμογής.

# Έκθεση απαιτήσεων χρηστών

Αναφορές υψηλού επιπέδου απαιτήσεων (πχ αρχών - στόχων του έργου) προσαρμοσμένες στην οπτική του εκάστοτε εμπλεκόμενου μέρους.

Τι θα ήθελε ως λειτουργίες από την εφαρμογή ο stakeholder? Δεν είναι για όλους τα ίδια. Πχ οι έμποροι μπορεί να θέλουν κάποια πιο δομημένη πρόσβαση στα δεδομένα. Οι απλοί χρήστες μπορεί να θέλουν να δημιουργούν bots που τους ενημερώνουν για τις κατηγορίες προϊόντων που τους ενδιαφέρουν.

Είναι αυτό που θα ήθελαν οι stakeholders, όχι υποχρεωτικά αυτά που θα γίνουν στο σύστημα

Σύστημα εκπτώσεων - επιβράβευσης για την προσφορά των χρηστών στο σύστημα.

Σύστημα ενημέρωσης για πτώση τιμών, καθημερινή ενημέρωση για φθηνότερη τιμή σε μια συγκεκριμένη περιοχή ή μια συγκεκριμένη διαδρομή (στην περίπτωση π.χ. όπου παρέχεται πληροφόρηση για τιμή καυσίμων).

Χρήση φίλτρων στην αναζήτηση (π.χ. περιοχή, βαθμολογία καταχώρησης ή καταστήματος κ.α.)

# Αρχές του προτεινόμενου συστήματος

Λειτουργικές αρχές και σενάρια για το προτεινόμενο σύστημα από την πλευρά του stakeholder. Μπορεί να ταυτίζονται ή να διαφοροποιούνται λίγο, για ένα τέτοιο σύστημα.

# Περιορισμοί στο πλαίσιο του έργου

Αναφορά σε περιορισμούς εντός της εμβέλειας του εκάστοτε εμπλεκόμενου μέρους. Μπορεί να μην υπάρχουν.

# Παράρτημα: ακρωνύμια και συντομογραφίες

Μπορεί να μην υπάρχουν.