

VILNIAUS UNIVERSITETAS
MATEMATIKOS IR INFORMATIKOS FAKULTETAS
PROGRAMŲ SISTEMŲ BAKALAURO STUDIJŲ PROGRAMA

„Karma2“ verslo analizė

Autoriai:

Justas Baniulis 2 kursas, 1 grupė
Konstantinas Bernotas 2 kursas, 1 grupė
Olegas Borisovas 2 kursas, 1 grupė
Rokas Petrauskas 2 kursas, 1 grupė

Vilnius, 2022

Turinys

Dabartinė programos būseną:	4
Siekiama programos būseną:	4
Vartotojai:	4
Klientai:	4
Tiekėjai:	4
Partneriai:	5
Reklama:	5
Ribos:	6
Penkios Porterio Jėgos	6
Galimi Konkurentai	6
Potencialūs būsimi konkurentai	7
Tiekėjų galia	7
Klientų galia	7
Pakaitalų pavojus	8
SWOT analizė	8
Stiprybės	8
Silpnybės	8
Galimybės	8
Grėsmės	8
Suinteresuotos šalys ir jų poreikiai:	9
Užsakovo poreikiai:	10
Reikalavimai:	11
Funkciniai:	11
Nefunkciniai:	12
Atsekamumo matrica	12
Verslo procesai	13
Scenarijus AS-IS	14
„Happy day“ scenarijus klientams, partneriams TO-BE	14
„Rainy day“ scenarijai klientams, partneriams TO-BE:	15
„Happy day“ scenarijus įmonei, vartotojams TO-BE:	15
„Rainy day“ scenarijai įmonei, vartotojams TO-BE:	16
Dalykinės srities modelis	16
„Happy day“ scenarijus AS-IS:	16
„Rainy day“ scenarijai AS-IS:	17

„Happy day“ scenarijus vartotojams, tiekejams TO-BE:	17
„Rainy day“ scenarijai vartotojams, tiekejams TO-BE:	18
„Happy day“ scenarijus savininkams, partneriams, klientams TO-BE:	18
„Rainy day“ scenarijai savininkams, partneriams, klientams TO-BE:	19
Šaltiniai	20

Dabartinė programos būseną:

„CityPuzzle“ – žaidimas, skatinantis keliauti, atrasti bei tyrinėti įvairius geografinius, istorinius ir kitus kultūrinę reikšmę turinčius objektus. Artėjant ar tolstant nuo tokio objekto, matomas atitinkamas indikatorius, o atstumui mažėjant – po truputį atsiveria ir minėtojo objekto nuotrauka. Jei rasti finišą sunku – galima naudoti pagalbos mygtuką, laikinai parodantį visą objekto vaizdą.

Siekiamą programos būseną:

Tikimės praplėsti žaidimą, kad programėlės vartotojai būtų nukreipiami ir į poilsio vietas ar kitokius pelną generuojančius turistų traukos taškus, įtrauktus į programėlę mūsų būsimų klientų iniciatyva su tikslu pritraukti lankytojus į savo įstaigą. „Remiamos vietos“ – taip vadiname šiuos objektus, kuriuos pasiekęs žaidėjas bus apdovanotas partnerių įsteigtu prizu. Dar vienas svarbus įgyvendinimas – taškų sistema, kurios tikslas yra sukelti dopamino antplūdį žaidėjui, taip prailgintume jo programėlėje praleistą laiką. Kiti galimi, tačiau ne tokie svarbūs pakeitimai yra – anksčiau surastų objektų istorija; galimybė organizuoti ir dalyvauti savo parinktų objektų paieškoje (orientaciniam žygiams); nustatymų meniu ir kiti.

Vartotojai:

Programos naudotojai, žaidėjai. Programėlė skirta visoms amžių grupėms, tačiau prognozuojama, kad didžiąją dalį vartotojų sudarys pilnamečiai istorijos arba geografijos entuziastai.

Klientai:

Juridiniai asmenys, įtraukę savo įmonę kaip lankytiną objektą žaidime su tikslu padidinti lankytojų skaičių ir pelną. Klientai už objekto įtraukimą į sistemą mokės sutartą kainą kas iš anksto suderintą skaičių dienų. Kaina nesikeis priklausomai nuo to, kiek lankytojų pas juos atvyko dėl mūsų sistemos, tačiau šią informaciją sužinoti galės, o sutartas sąlygas keisti galėsime bendru nutarimu.

Tiekėjai:

Organizacijos suteikiančios galimybę integruoti jų atnaujinamus žemėlapius mūsų kuriamoje sistemoje. Dabar naudojamas: Google Maps API.

Partneriai:

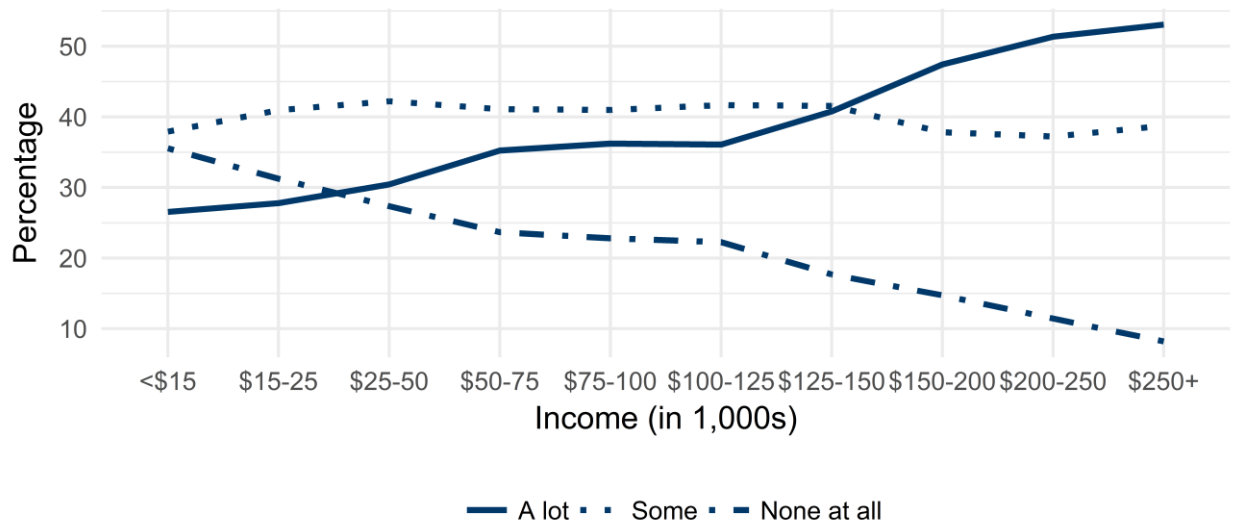
Turizmo informacijos centrai, rekomenduojantys lankytinus objektus bei potencialius klientus (kaimo turizmo sodybas, turizmo inventoriaus nuomos punktus ir t.t.), saugomos teritorijos: valstybiniai parkai, regioniniai parkai ir t.t.

Reklama:

Norėdami pasiekti tikslinę auditoriją, programėlę reklamuosime radijo stotyse, tinklalaidėse ir socialiniuose tinkluose, kadangi šiomis platformomis plačiausiai naudojasi 16-50 metų amžiaus asmenys. Tinklalaidžių populiarumas auga labai sparčiai, taip pat jos pasiekiamos ne tik gyvų transliacijų metu, bet ir “on-demand”, todėl vienkartinė investicija į reklamą šioje platformoje gali atsipirkti labiausiai. Reikėtų laikytis atokiau nuo televizijos, spaudos ir stendų kaip reklaminės terpės, kadangi jomis dažniau naudojasi mažesnes pajamas turintys ar vyresnio amžiaus asmenys, kurie nėra suinteresuoti žygiais pėsčiomis.

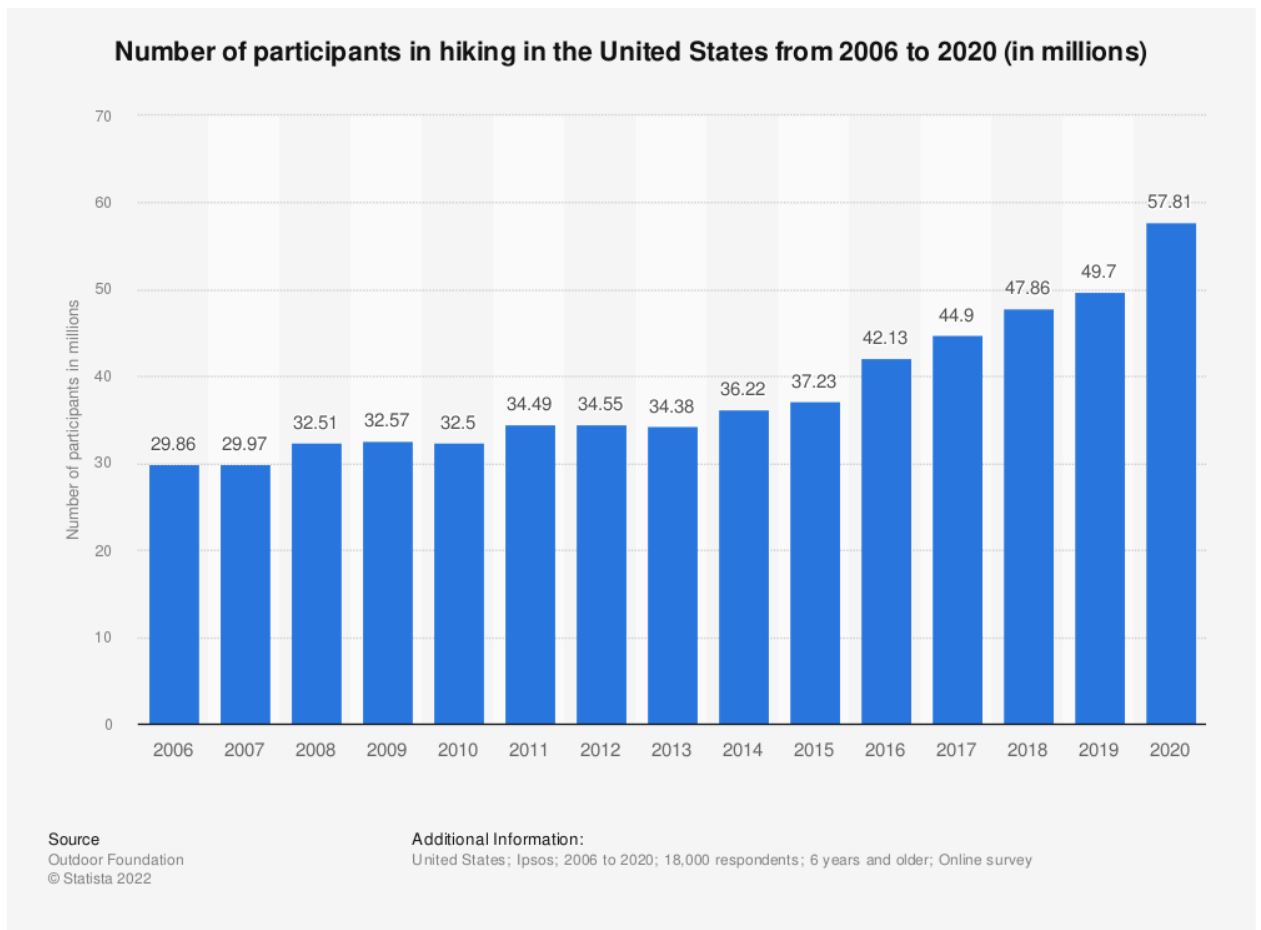
Interest in Hiking Highest among High-income Americans

More than half of high-income adults are highly interested in hiking, compared with one-quarter of low-income adults.



"How would you rate your interest in each of the following activities?" Adult Americans 18+. N = 5,550. Source: NatureofAmericans.org

1 pav. Įvairių pajamų amerikiečių susidomėjimas žygiais pėsčiomis



2 pav. Amerikiečių užsiimančių žygiais pėsčiomis skaičius 2006 m. – 2020 m.

Ribos:

- 1) Naujai įtrauktų objektų pateikimas vartotojams
- 2) Remiamų vietų limitas ploto vienetu
- 3) Pagalba vartotojams turint nusiskundimų ar klausimų
- 4) Vartotojų vietos nustatymas

Penkios Porterio Jėgos

Galimi Konkurentai

- 1) „Geocaching“ – pagrindinis konkurentas, kadangi šia sistema naudojasi potencialūs mūsų vartotojai. Ši platforma yra populiariesnė tarp asmenų, priklausančių amžiaus grupei, į kurią taikomės mes. Jų silpnybė – objektai išdėlioti bet kur, o ne prie lankytinų objektų, be to, norint pasiekti visus geografinius objektus reikia įsigyti premium versiją, dėl šių priežasčių „Geocaching“ gali greitai tapti monotonišku.

- 2) „Pokémon GO“ – šio žaidimo užnugaryje stovi labai populiarius japonų animacijos serialas, todėl pirminis žaidimo tikslas yra sąveikauti su animacinio serialo veikėjais ir istorija. Antrinis „Pokémon GO“ tikslas – keliauti, todėl programėles vartotojai mažiau linkę išeiti iš savo apylinkės. Esminis skirtumas tarp šio konkurento ir mūsų – tikslinės auditorijos amžius: jų žaidėjai yra vaikai ir paaugliai, kurie mūsų sistemai nebūtų labai pelningi.
- 3) „Harry Potter: Wizards Unite“ žaidimo idėja ir situacija labai panaši į anksčiau minėto „Pokémon GO“ – remiamasi populiaria knygų ir filmų serija, yra orientuotas į jaunesnę auditoriją, tačiau „Harry Potter: Wizards Unite“ išreklamuotas dar mažiau, todėl jų auditorija yra labai specifinė - „Harry Potter“ fanai. Manome, kad tai nėra rimtas konkurentas, galbūt priešingai, tik padeda populiarinti žygius pėsčiomis ir nuotykių ištroškęs žaidėjas susidomėtų alternatyviomis programėlėmis, skatinančiomis atrasti naujus lankytinus objektus ir pažinti pasaulį aplink.

Potencialūs būsimi konkurentai

Šiuo metu nereklamuojami toki ar panašūs žaidimai, tačiau „Niantic“ kompanija nuolat kuria žaidimus kaip jau minėti „Pokémon GO“, „Harry Potter: Wizards Unite“. Jie skirti mažesnio amžiaus auditorijai nei ta, kuri aktuali mums, arba nutaikyti tam tikrai grupei žmonių, kuriuos domina programėlės tematika, o ne žygiai pėsčiomis. Barjerai norint patekti į šią industriją nėra aukšti, tačiau sunkioji dalis yra išsiskirti ir pasiūlyti kažką naujo vartotojui.

Tiekėjų galia

Tiekėjų paslaugos yra žemėlapių API, dėl to nereikia rūpintis logistika, mums svarbūs kintamieji yra tik kaina, pritaikymo mūsų sistemoje sudėtingumas bei lankytinų objektų kiekis. Dabar naudojamas Google Maps API, tačiau pasikeitus jo kainai ar atsitikus kitam nenumatytam veiksniai galima naudotis kitais API pvz.: Bing Maps, MapQuest, Here Maps, Open Addresses, Open Cage Geocoder ir kiti.

Klientų galia

Visas pelnas priklauso nuo klientų, todėl sieksime su jais sutarti kuo geriau – kaina ir laiko periodai, kada reikia sumokėti, bus sutarti iš anksto ir juos galėsime koreguoti bendradarbiavimo

metu. Klientų kiekis bei sutartos bendradarbiavimo sąlygos priklausys nuo vartotojų skaičiaus ir aktyvumo. Kuo mažiau klientų turėsime, tuo daugiau derybinės galios jie turės.

Pakaitalų pavojus

Programėlės veikimo pagrindas – žmonių noras keliauti pėsčiomis, tačiau nežinojimas kur nueiti, kokius objektus aplankyti. Visus juos galima surasti greitai naudojant bet kokią paieškos variklį, tačiau dauguma apie tai net nesusimasto ar nori informacijos pateiktos dar paprasčiau, įdomiau, be to toks pakaitalas per daug universalus ir nekonkretus, jis nepasiūlo užsiimti būtent šia veikla, todėl nekelia didelio pavojaus.

SWOT analizė

Stiprybės

- 1) Pakankamai daug duomenų žemėlapyje, kad būtų galima sklandžiai žaisti.
- 2) Pajamų gavimo planas pelningas ir mums, ir klientams, be to nėra invazinis vartotojams.
- 3) Nuolat papildomi turizmo traukos objektai.
- 4) Turizmas bei žygiai pėsčiomis - sparčiai populiarėjantis laisvalaikio praleidimo būdas.
- 5) Aukštas pajamas gaunantys asmenys statistiškai labiau mėgsta žygius pėsčiomis - tai palanku klientams.

Silpnybės

- 1) Priklausomybė nuo žemėlapio duomenų tiekėjo.
- 2) Gero interneto ryšio stoka atokiose vietose.

Galimybės

- 1) Galima surasti daug įvairių darbo partnerių ir klientų.

Grėsmės

- 1) Daug programų, kuriose galima žaisti naudojant žemėlapius bei yra labiau žinomos visuomenėje nei mūsų („Pokémon GO“, „Geocaching“).

- 2) Globalinė pandemija bei politinės aktualijos gali trukdyti pasiekti maksimalų vartotojų skaičių.

Suinteresuotos šalys ir jų poreikiai:

- 1) Žaidėjai - vartotojai, kurie naudosis programa ir dalyvaus žaidime. Poreikiai:
 - a) Tikslus vietovės nustatymas, užduotys.
 - b) Įdomios žaidimo mechanikos/ puzlės.
 - c) Taškų sistema, kuri proporcingai apdovanoja už įveiktą tikslą.
- 2) Programuotojai – darbuotojai, kurie prisideda prie programos kūrimo taip įgyvendinant verslo procesus. Poreikiai:
 - a) Tvarkingas kodas.
 - b) Aiškūs reikalavimai.
- 3) “Google” – įmonė (tiekėjas), kuri suteikia žemėlapių funkciją. Poreikiai:
 - a) Versle neiškeisti Google Maps API į kito žemėlapių API.
 - b) Gauti bendrų vartotojų duomenis (kur lankytasi, kiek laiko lankytasi, ..).
- 4) “Microsoft” – įmonė, suteikianti Xamarin framework ir duombazę programai. Poreikiai:
 - a) Neiškeisti framework’o į kitą.
 - b) Neiškeisti Azure duombazės į kitas.
- 5) Testuotojai – darbuotojai, tikrinantys kodo ar visos sistemos kokybę. Poreikiai:
 - a) Aptikti klaidas dar prieš jas išleidus į finalinę versiją ar aptikus vartotojams.
 - b) Testuojamas kodas.
- 6) Savininkai – žmonės, kuriems priklauso verslas ir taria paskutinį žodį nusprendžiant verslo procesus.
 - a) Augantis žaidėjų skaičius.
 - b) Vartotojai ilgiau lieka žaisti.
 - c) Vartotojai lankosi klientų nupirktose vietose.
- 7) Klientai – žmonės, kurie sumokės už tai, jog jų pasirinktos vietos pritrauktų žmonių žaidimo pagalba

- a) Apmokėtos vietos bus aukščiau sąraše , negu paprastos (neapmokėtos).
 - b) Gauti ataskaitą kiek žmonių žaidimas pritraukė.
 - c) Investuoti pinigai į žaidimo vietą turi atsipirkti.
- 8) Greitosios pagalbos tarnybos – valstybinės institucijos, kaip gaisrinių tarnybų, policija, paramedikai ir t.t
- a) Žaidėjai susižaloję turi gauti greitąją pagalbą.
 - b) Žaidėjai, kurie pasiklydo ir neturi ryšio turi būti surasti.
- 9) Turizmo informacijos centrai, saugomos teritorijos – valstybinės įmonės, kurioms rūpi konkrečios vietovės turizmo reikalai.
- a) Žaidėjai aplanko turistinius objektus, kurie yra žaidimo tikslas.
 - b) Žaidėjai susidomi aplinkiniais objektais.
 - c) Žaidimui suteikiamos žinomi vietos objektai.
- 10) Vietos valdžios institucijos – administracinio vieneto vietos valdžia (savivaldybė, seniūnija)
- a) Žaidėjai turi nusigauti iki žaidimo tikslo patogiai (grįsti keliai).
- 11) Telefonų gamintojai – prietaisai, su kuriais vartotojai naudosis prieiti prie žaidimo
- a) Žaidimas turi veikti sklandžiai telefonuose.
 - b) GPS signalas turi pasiekti prietaisus.
- 12) Interneto ryšio tiekėjai – įmonės, kurios suteiks tinklo ryšį žaidėjams
- a) Žaidimo žemėlapis turi greitai atsinaujinti (žemėlapių atnaujinimas judant).
 - b) Žaidimo duomenys turi greitai užsikrauti (gauti naujausius objektus).

Užsakovo poreikiai:

- 1) Perdaryti navigation stack'ą.
- 2) Įvykdyti užduočių peržiūrą.
- 3) Taškų sistema.
- 4) Atskirti uždaras žaidimo sesijos užduotis nuo užduočių rezultatų
- 5) Nustatymų meniu

- 6) Padaryti galimybę uždaroje žaidimo sesijoje sukurti užduotį, kuri nebūtų saugoma duomenų bazėje
- 7) Įvykdyti užduočių žemėlapi.
- 8) Padaryti uždarų sesijų sąrašą (čia būtų matomas sesijos žaidėjų skaičius, jų taškai ir pan.)
- 9) Įtraukti galimybę kurti remiamus objektus.

Reikalavimai:

Funkciniai:

1. Navigacijos stack'o sutvarkymas.
 - 1.1. Perrašyti programos navigaciją ir sutvarkyti, kad vartotojai negalėtų pasiekti nenorimų langų.
2. Taškų sistema.
 - 2.1. lyderių lentelė
 - 2.2. Skirtingų užduočių sunkumo įvertinimai, kurie skiria taškų kiekį pagal lygį.
 - 2.3. Meniu peržiūrėti vartotojo atliktas užduotis, už jas skirtus taškus ir jų vietą žemėlapyje.
3. Nustatymų meniu.
 - 3.1. Leidžiamas užduočių atstumas.
 - 3.2. Galimybė pakeisti programos kalbą.
 - 3.3. Vartotojo profilio nustatymai.
 - 3.3.1. Slaptažodžio keitimas.
 - 3.3.2. El. Pašto keitimas.
 - 3.3.3. Mygtukas ištrinti vartotojo profilį ir visus su juo susietus duomenis.
4. Žaidimo kambarių meniu.
 - 4.1. Galimybė sukurti arba prisijungti bei peržiūrėti papildomą informaciją apie jau egzistuojančius kambarius.
 - 4.1.1. Kambarių leisti sukurti savo trumpalaikes užduotis.
5. Rėmėjų užduočių kūrimas.
 - 5.1. Leisti klientams pridėti savo objektus kaip ir teikti prizus.

- 5.1.1. Rėmėjų objektai lieka tol, kol yra prenumeruojama, kurios mokėjimo intervalas ir kaina yra derinama su klientais.
- 5.1.2. Mokėjimo procesas atliekamas programėlėje, kliento mokėjimo duomenys nėra saugomi, norint maksimizuoti saugumą.

Nefunkciniai:

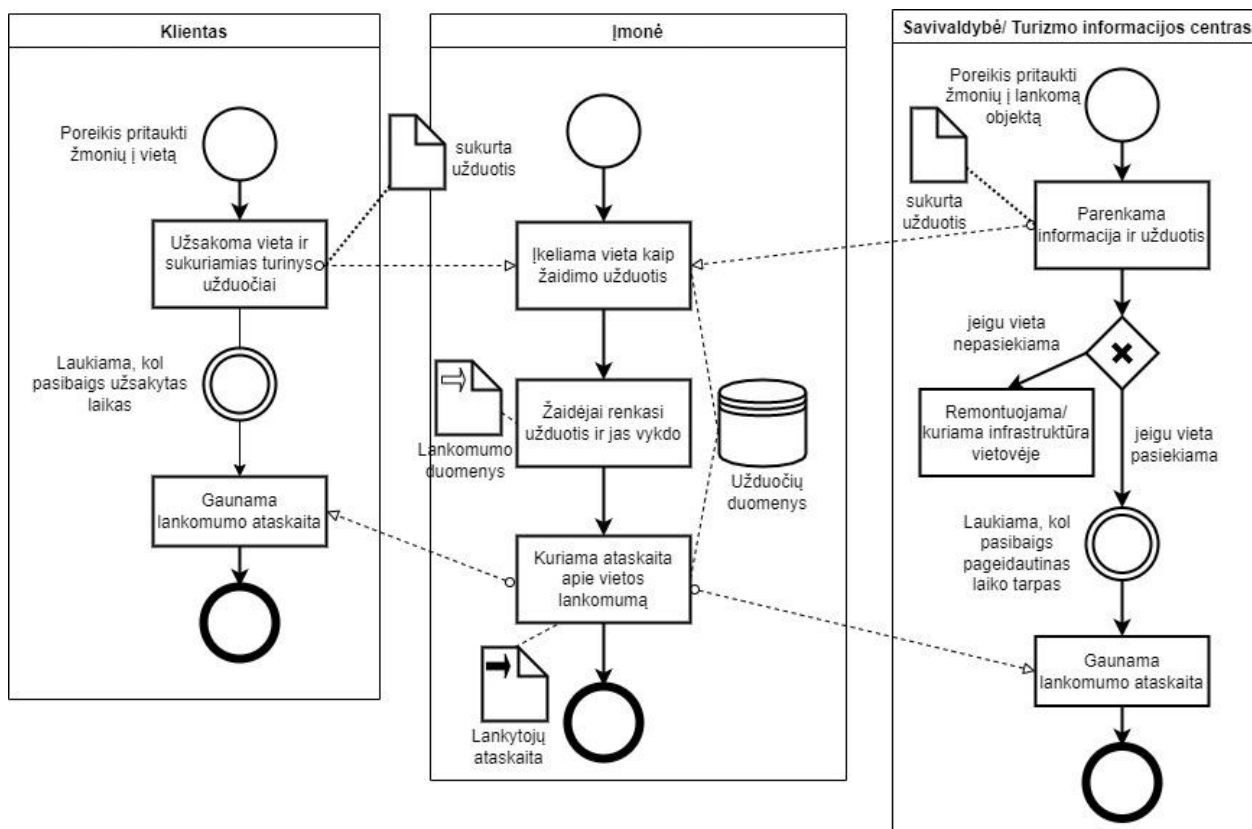
1. Naudojimosi patogumas
 - 1.1. Programa turi būti intuityviai aiški Vartotojui.
 - 1.2. Ekrane vienu momentu turėtų būti ne daugiau kaip 3 mygtukų.
 - 1.3. Visi mygtukai ir užrašai turi būti atitinkamai pritaikyti priklausomai nuo naudotojo ekrano dydžio.
 - 1.4. Visos programos funkcijos turi būti lengvai ir intuityviai pasiekiamos per 3-4 žingsnius.
2. Patikimumas
 - 2.1. Programa turėtų būti gerai bei kokybiškai ištestuota per 3-4 mėnesius.
3. Saugumas
 - 3.1. Naudotojų slaptažodžiai turėtų būti apsaugoti SHA-256 maišos funkcija.
 - 3.2. Sistema turi laikytis visų Lietuvos ir ES asmeninių duomenų tvarkymo taisyklių.
4. Efektyvumas
 - 4.1. Programa turėtų būti tinkamai optimizuota, vartotojas neturėtų laukti daugiau nei keleto sekundžių esant geram interneto ryšiui.
5. Lokalizacija
 - 5.1. Kalba
 - 5.1.1. Programa turėtų būti taisyklingai išversta į anglų bei lietuvių kalbas.
 - 5.2. Valiuta
 - 5.2.1. Transakcijų valiuta yra Eurais.

Atsekamumo matrica

	1a	1b	1c	2a	2b	3a	3b	4a	4b	5a	5b	6a	6b	6c	7a	7b	7c	8a	8b	9a	9b	9c	10a	11a	11b	12a	12b
FR1																											
FR2	x		x																								
FR3	x																										

Scenarijus AS-IS

Toks modelis neuždirba pinigų, nes nėra klientų ir be serverių palaikymo veikimą dar nuostolingesnį padaro poreikis pačiai Įmonei ieškoti vietų ir galvoti užduočių turinį.



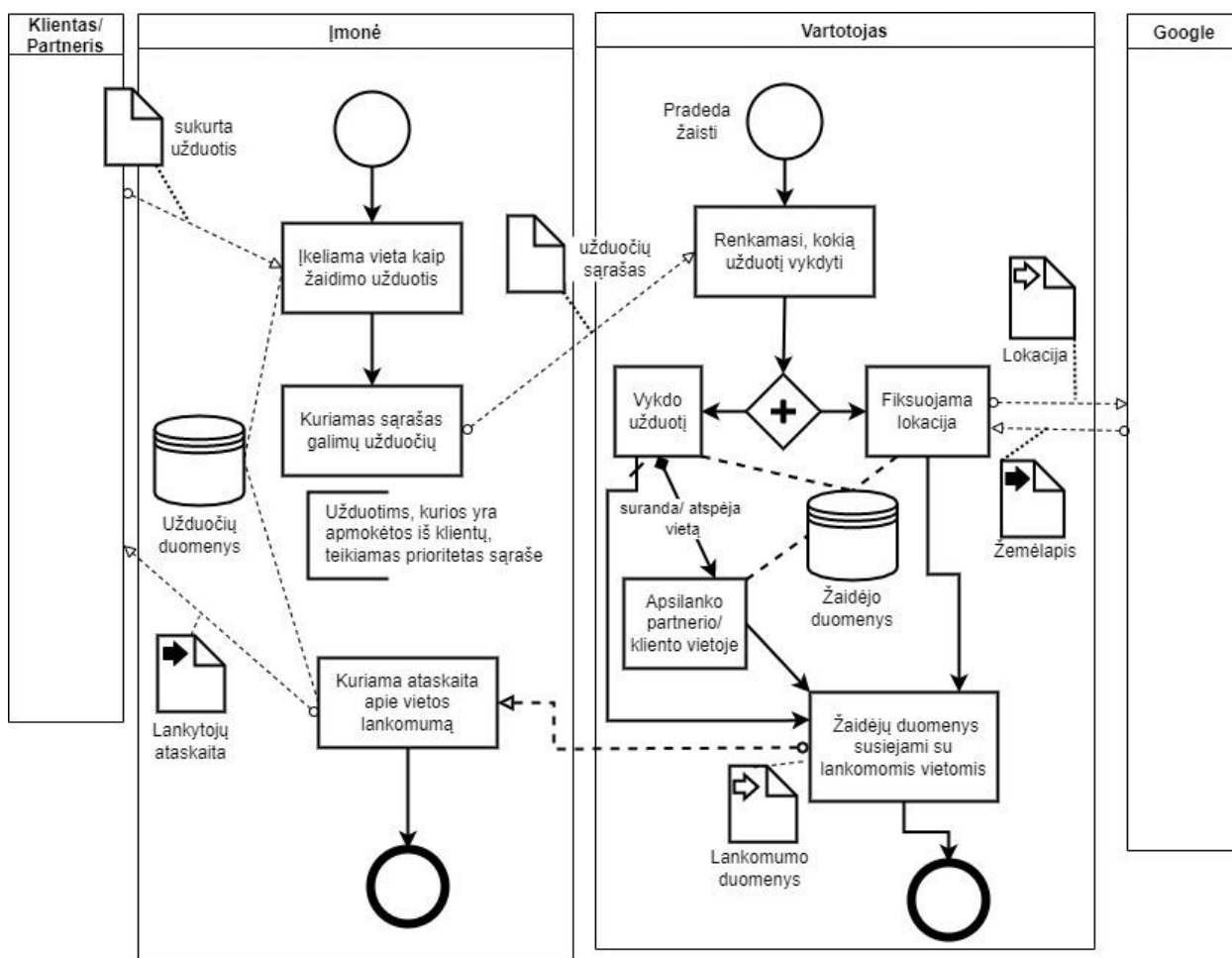
4 pav. verslo procesai TO-BE (koncentruojantis labiau į Klientų ir Partnerių procesus)

„Happy day“ scenarijus klientams, partneriams TO-BE

Žaidimo užduočių kūrimo procesas prasideda Partneriui (Savivaldybės, Turizmo informacijos centrams) arba Klientui atsiradus poreikiui pritraukti į jam priklausančią vietą žmonių, jie sukuria savo užduotį, kurią perduoda Įmonei. Iš Partnerio tikimasi, jog savo lėšomis sutvarkys ir prižiūrės užduoties vietą Vartotojo komfortui, o iš Klientų imamas mokestis ir nustatomas laiko tarpas, kurio metu egzistuos užduotis. Atsiradus naujoms užduotims, yra renkama Vartotojų lankomumo statistika. Partneris už naujų užduočių perdavimą ir suteikiamą infrastruktūrą joms mainais gali gauti vartotojų lankomumo ataskaitą vietovėse ir ataskaitą gauti bet kada ir jo vietos neketinama ištrinti. Klientas gaus galutinę ataskaitą pasibaigus užsakytam laikui ir jo užduotis jau ištrinama.

„Rainy day“ scenarijai klientams, partneriams TO-BE:

- 1) Sužinojus iš Vartotojų, jog Partnerio užduočių lokacija yra kelianti pavojų (pavyzdžiui, nesaugi aplinka, nukritę elektros laidai), Įmonė pasilieka teisę tokią užduotį ištrinti ar ne be partneriauti su įstaiga.
- 2) Tokios pačios sąlygos galioja ir Kliento užduočių lokacijoms - tokiais atvejais būtų gražinti pinigai.



5 pav. verslo procesai TO-BE (koncentruojantis labiau į Įmonės ir Vartotojų procesus)

„Happy day“ scenarijus įmonei, vartotojams TO-BE:

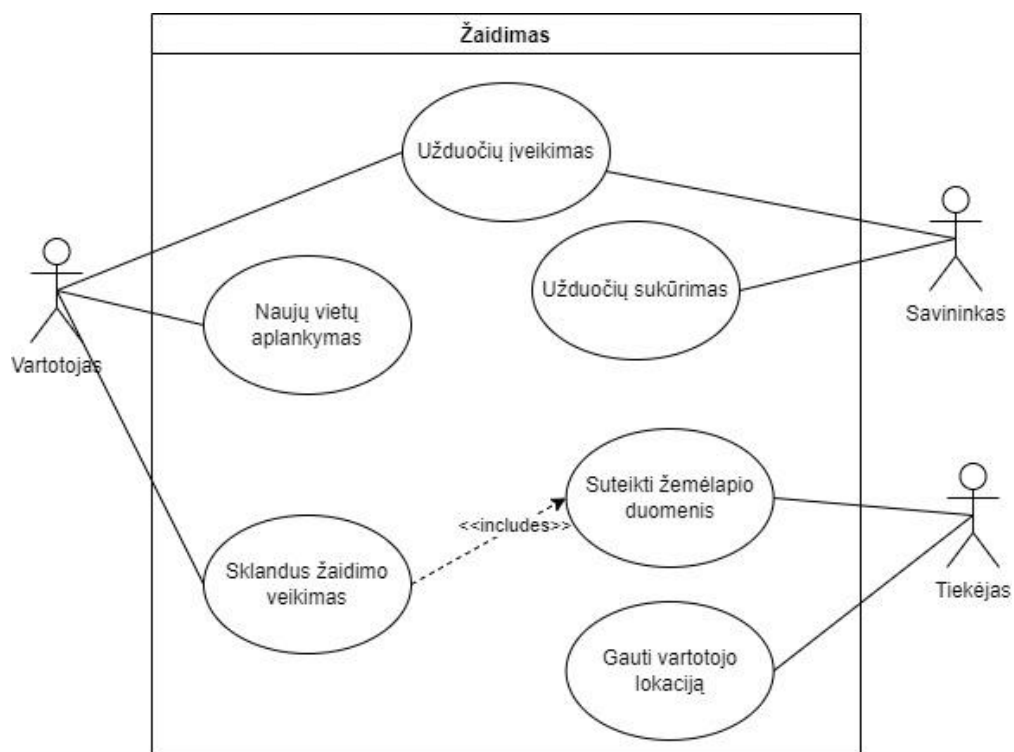
Vartotojui pradėjus žaisti, jis/ ji gauna sąrašą galimų užduočių, kurias Įmonė surenka iš Partnerių ir Klientų. Žaidimo dizainas paverčia Klientų užduotis labiau pastebimomis, jog būtų Savininkų (6c) ir Kliento (7a) poreikiai patenkinti. Pasirinkus užduotį ir ją vykdant tuo pačiu metu įvyksta du dalykai. Pirma, Google Maps API pagalba yra sekamas Vartotojas ir suteikiami žemėlapių duomenys orientavimuisi. Mainais Google pasiima Vartotojų lokacijos duomenis savo verslui ir pinigų. Antra, dalyvaujant žaidime Vartotojui atspėjus užduotį, jis/ ji gali apsilankyti, nes atsirado arti reikiamos vietos. Nuo čia Vartotoją perima Klientas/Partneris ir įgyvendina savo

poreikius su juo (pavyzdžiui, gali suteikti nuolaidų kuponą ar supažindinti su kitais lankytiniais objektais lankstinukais/stendais). Kol Vartotojas žaidžia, programa kaupia duomenis apie jo/ jos lokaciją ir kaip jam/ jai sekasi įveikti užduotis. Kiekviena konkreti užduotis yra susiejama su Vartotojo duomenimis ir kuriama ataskaita. Kai ateina laikas, ją Įmonė perduoda užduoties autoriams.

„Rainy day“ scenarijai įmonei, vartotojams TO-BE:

- 1) Jeigu užduotis yra per sunki Vartotojui įveikti, žaidimas suteikia užuominas, situacijai pagelbėti.
- 2) Jeigu Vartotojai renkasi Partnerių (nemokamas) užduotis labiau negu Klientų (apmokamas), tada reikia skatinti Klientus daryti užduotis patrauklesnes (pavyzdžiui, didesnės nuolaidos įvykdžius)

Dalykinės srities modelis



6 pav. naudojimo atvejis AS-IS

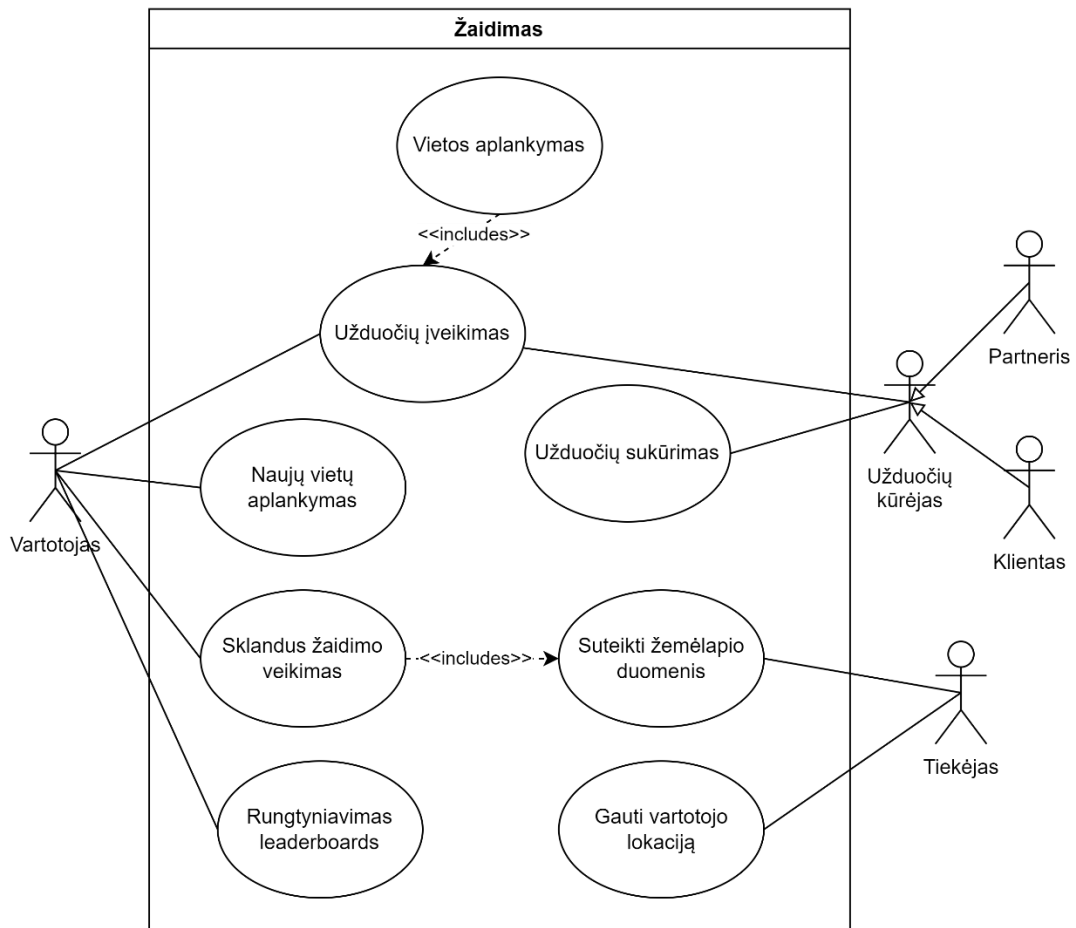
„Happy day“ scenarijus AS-IS:

Dabartinėje situacijoje Vartotojas naujas vietas atsirenka iš Įmonės atrinktų vietų ir sugalvotų užduočių. Ir Vartotojo žaidimo mechanikoms reikia žemėlapių duomenų, kuriuos suteikia Tiekėjas (mūsų atveju Google Maps API). Tiekėjui, kad nustatyti kokius duomenis

reikia suteikti, reikia gauti ir GPS lokaciją. Ją tiekėjas ir pasisavina savo reikmėms, pagal API naudojimo licenziją.

„Rainy day“ scenarijai AS-IS:

- 1) Vartotojų susidomėjimui užduotimis mažėjant Savininkas turi galvoti naujas užduotis.
- 2) Vartotojui nesutikus suteikti duomenų žemėlapiui Tiekėjui, jis praranda lokacijos duomenis ir žaidimo veikimas neįmanomas, nes neįmanoma suteikti žemėlapių.



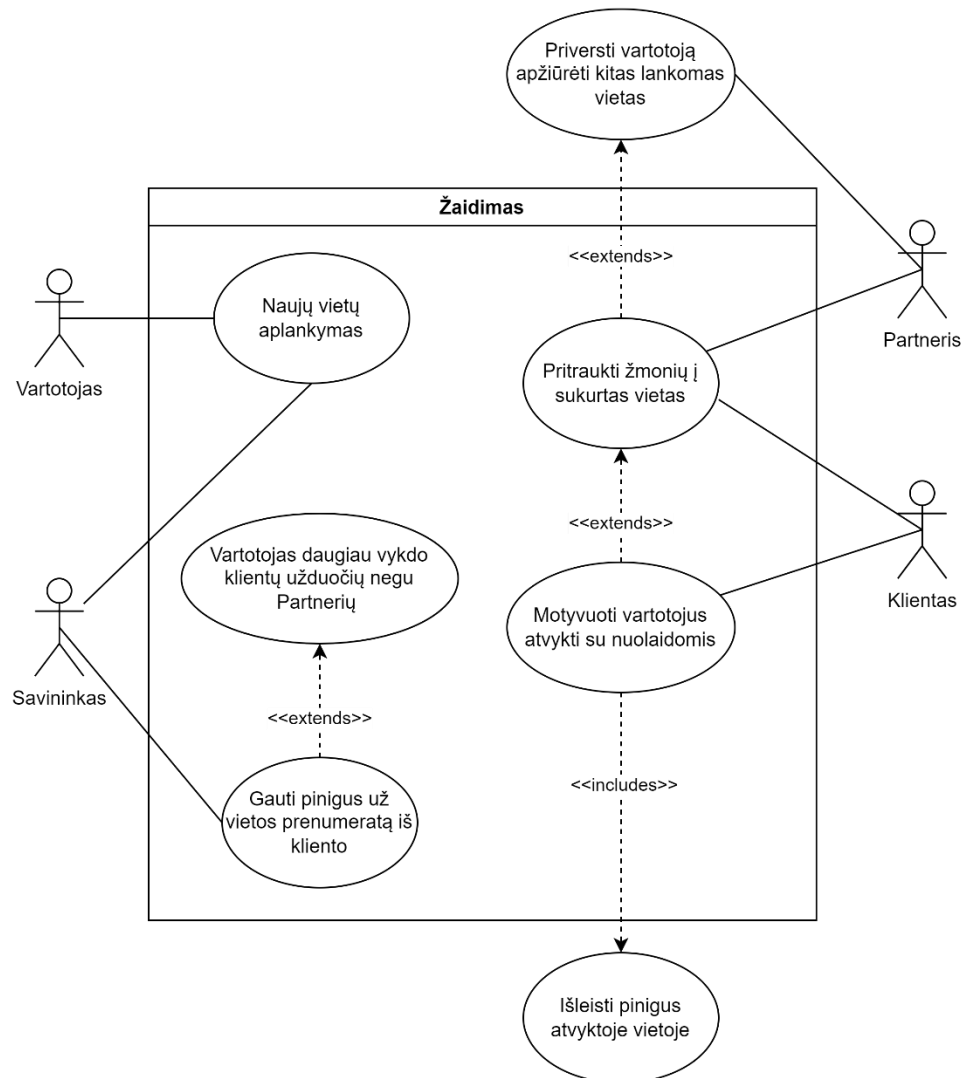
7 pav. naudojimo atvejis (koncentruojantis daugiau į Vartotoją) TO-BE

„Happy day“ scenarijus vartotojams, tiekėjams TO-BE:

Planuojamame modelyje, Vartotojas gali įgyvendinti tuos pačius tikslus, tik prisideda „leaderboard“ funkcionalumas verčiantis daugiau dalyvauti žaidime, taškų gavimas verčiantis dar daugiau žaisti, užduočių įveikime pradeda figuruoti pačios vietos aplankymas, bei Tiekėjai ir Partneriai, kuriantys užduotis (nuimama atsakomybė nuo savininkų). Tiekėjo ir Vartotojo santykiai išlieka tie patys kaip as-is.

„Rainy day“ scenarijai vartotojams, tiekėjams TO-BE:

- 1) Kadangi Tiekėjo ir Vartotojo bendri tikslai tie patys, duomenų davimo nesutikimo problema išlieka.
- 2) Vartotojas gali neatpažinti kitų Vartotojų leaderboard'e, tai demotivuoja žaisti
- 3) Kaip minėta verslo procesų dalyje, Vartotojas gali neįveikti per sunkios užduoties, tuo atveju reikia suteikti užuominas



8 pav. naudojimo atvejis (koncentruojantis labiau į Partnerius ir Klientus) TO-BE

„Happy day“ scenarijus savininkams, partneriams, klientams TO-BE:

Partneriai ir Klientai turi bendrą poreikį pritraukti žmonių į savo pasirinktą vietą. Klientas tai gali padaryti motyvuodamas su nuolaidomis, kas motyvuoja išleisti pinigus Vartotojus, tačiau tai jau ne žaidimo atsakomybė, nes pereinama į kito verslo procesus. Partneriai suinteresuoti

pritraukti daugiau lankytojų valstybiniuose lankytinuose objektuose (nes partneriai valstybinės įmonės), tai jie siekia, kad būtų aplankyta ne tik viena vieta, bet ir pats kraštas ir jo kiti objektai ir pagerėtų susidomėjimas vietoje. Tai taip pat vyksta jau už žaidimo ribų, nes šie procesai nepriklauso mūsų verslui. Savininkas suinteresuotas, kad daugiau Klientų užduotis rinktųsi negu Partnerių, nes nuo to priklauso uždirbami pinigai versle.

„Rainy day“ scenarijai savininkams, partneriams, klientams TO-BE:

1. Kaip minėta verslo procesuose, Vartotojas gali rinktis daugiau Partnerių užduotis, negu Klientų. Tuomet, reikia diskutuoti su Klientu ar užduotys yra pakankamai patrauklios, arba mažinti Partnerių užduotis, arba didinti motyvaciją (pavyzdžiui, didesnės nuolaidos)
2. Kaip minėta verslo procesuose, užduočių vietose gali pasikeisti situacija ir ji tapti nesaugia lankytis. Tuo atveju tokios vietos trinamos.

Šaltiniai

1 pav. Įvairių pajamų amerikiečių susidomėjimas žygiais pėsčiomis:

<https://natureofamericans.org/findings/viz/interest-hiking-highest-among-high-income-americans>

2 pav. Amerikiečių užsiimančių žygiais pėsčiomis skaičius 2006 m. – 2020 m.:

<https://www.statista.com/statistics/191240/participants-in-hiking-in-the-us-since-2006/>