
Vision and Scope документ

для

Маркетплейс RedBerry

Версия 1.0

Сделано: Александр Иванов, Оксана Тукало,

Александр Зеленский

Создано 12.02.2024

Имя	Дата	Причины изменений	Версия
Саша Иванов, Оксана Тукало, Саша Зеленский	12/02/24	Создание первой версии документа, добавление глав, разделов в документ	0.1
Саша Иванов, Оксана Тукало, Саша Зеленский	15/02/24	Наполнение документа содержанием, добавление таблиц и рисунков в документ	0.2
Саша Иванов, Оксана Тукало, Саша Зеленский	19/02/24	Оформление документа, разработка финальной версии документа	1.0

Глава 1 Бизнес требования.....	3
1.1 Исходные данные.....	3
1.2 Возможности бизнеса.....	6
1.3 Бизнес цели и критерии успеха.....	7
1.4 Потребности клиента или рынка.....	8
1.5 Бизнес-риски.....	9
Глава 2 Образ решения.....	12
2.1 Положение об образе проекта.....	12
2.2 Основные функции.....	13
2.3 Предположения и зависимости.....	15
Глава 3 Масштабы и ограничения проекта.....	17
3.1 Объем версий продукта.....	17
3.2 Ограничения и исключения.....	20
Глава 4 Бизнес-контекст.....	21
4.1 Профили заинтересованных лиц.....	21
4.2 Приоритеты проекта.....	23
4.3 Операционная среда.....	23
Приложения.....	24
Приложение А.....	24
Приложение Б.....	29
Приложение В.....	34
Приложение Г.....	42
Глоссарий.....	44

Глава 1 Бизнес требования

1.1 Исходные данные

Проект: маркетплейс "RedBerry".

Для заказчика, который имеет множество торговых точек и базу поставщиков товаров, переход в онлайн-формат является необходимостью для увеличения прибыли и расширения бизнеса. В настоящее время компания ведет действующие чаты с клиентами и страницы в социальных сетях для продвижения продукции, а также активно использует SMM в Instagram для увеличения продаж. Однако, развитие бизнеса требует изменения возможностей в связи с необходимостью расширения ассортимента товаров и базы поставщиков, что в дальнейшем должно привести к увеличению прибыли.

Увеличение штата сотрудников экономически невыгодно, поэтому для оптимального решения существующих проблем необходима автоматизация процессов торговли. Расширение отдела маркетинга также имеет важное значение для эффективного продвижения товаров на рынке. Требования заказчика включают в себя создание удобного онлайн-маркетплейса, интеграцию с базой поставщиков, оптимизацию процессов заказа и доставки, а также разработку эффективных инструментов управления продажами и аналитики для принятия обоснованных решений. Важным аспектом является развитие SMM стратегии для привлечения новых покупателей.

При решении поставленных задач необходимо учитывать особенности бизнеса заказчика и его потребности, чтобы создать уникальное решение, способствующее устойчивому росту компании в онлайн-сфере.

Концепция:

Для покупателей (преимущественно 25 - 45 лет) со средним заработком, которым нужна возможность приобрести новые товары с быстрой доставкой и возможностью сравнить продукцию онлайн, данный "RedBerry" является системой электронной коммерции, доступной как в виде сайта, так и в виде приложения на мобильных устройствах, которое имеет пункты выдачи в пешей доступности, бесплатную доставку, низкие цены, большое ассортиментное предложение и гарантийное обслуживание.

В отличие от имеющихся в настоящее время конкурентов, наш продукт будет иметь персонализированную ленту товаров с подборкой созданной с помощью ИИ, а также позволит покупателям приобретать платную подписку с эксклюзивными товарами.

Результаты анализа Business Model Canvas:

Сегменты целевой аудитории:

1. Индивидуальные покупатели
2. Ритейлеры и малый бизнес

Ценностное предложение:

1. Большой выбор продукции: система предоставляет пользователям большой выбор продукции из разных категорий.
2. Удобство и доступность: юзер-френдли платформа, доступная с различных девайсов. Возможность использования когда и где угодно при наличии интернет-соединения.
3. Конкурентные цены: множество относительно малых производителей будут вынуждены подстраиваться под установившиеся на рынке цены, не давая завышать их, что привлечёт пользователей, чувствительных к ценам.
4. Безопасные транзакции: система обеспечит надёжные платёжные операции, защиту данных для безопасного совершения сделок купли-продажи.

Каналы сбыта:

1. Веб-сайт и мобильное приложение
2. Социальные сети и онлайн-реклама
3. Партнёрские программы: сотрудничество с инфлюенсерами и блогерами для продвижения платформы

Отношения с клиентами:

1. Персональный опыт: персонализированные рекомендации и предложения, основанные на истории поиска и покупок пользователя
2. Система поддержки: у пользователей будет доступ к онлайн-чату/e-mail/телефон для получения обратной связи в случае возникновения вопросов или проблем.
3. Программы лояльности: внедрение программ лояльности позволит вознаграждать пользователей за частое использование платформы и поощрит к дальнейшему пользованию.

Потоки доходов:

1. Комиссия со сделок
2. Реклама на платформе
3. Премиум услуги: подписка на товары, которые будут доступны только пользователям с премиум-подпиской и (или) раньше релиза.
4. Продажи лицензий на франшизу

Ключевые ресурсы:

1. Тех. Инфраструктура (хостинг, сервера)
2. Сеть поставщиков
3. Команда маркетинга и продаж
4. Команда разработки

Ключевые виды деятельности:

1. Разработка платформы
2. Поиск поставщиков
3. Маркетинг и продвижение
4. Поддержка пользователей

Ключевые партнёры:

1. Поставщики
2. Службы доставки
3. Проводники платежей

Структура затрат:

1. Разработка
2. Маркетинг и реклама
3. Поддержка
4. Хостинг и сервер

1.2 Возможности бизнеса

Бизнес-потребность:

(В чём боль?) Отсутствие платформы для реализации электронного маркетплейса. Появилась необходимость перевода имеющихся торговых точек в единое онлайн-пространство. Расширение ассортимента и клиентской базы.

(Кого затрагивает боль?) Штат торговых точек (отделы закупок, снабжения, маркетинга, бухгалтерия, поставщики, продавцы, клиенты)

(Как часто болит?) На ежедневной основе

Текущие возможности:

(Кто и какие возможности использует, чтобы устранить боль сейчас?) Есть действующие чаты с клиентами, страницы в социальных сетях для продвижения продукции. SMM в Instagram для увеличения продаж. Расширен отдел маркетинга.

(Почему требуется изменение возможностей?) Изменение возможностей требуется в связи с необходимостью расширения ассортимента товаров, базы поставщиков, увеличения прибыли. Дальнейшее увеличение штата экономически невыгодно. Вследствие чего необходима автоматизация процессов торговли, как оптимальный вариант решения существующих проблем.

Операционная среда:

(Кому и какие действия приходится сейчас выполнять вручную, чтобы устранить эту боль?) Администраторы чатов вручную рассылают предложения клиентам, принимают заказы, направляют информацию в отдел закупок и поставщикам. Рекламные материалы распространяются посредством буклетов, размещения информации в СМИ, социальных сетях.

Автоматизированные рассылка и реклама в социальных сетях.

Разрыв в возможностях:

Текущая система требует большого количества человеческих ресурсов и времени на совершение покупки, вызывая дополнительные издержки. Сама процедура покупки крайне неудобна и неконкурентоспособна как для клиентов, так и для продавцов.

Не хватает автоматизации процессов продажи и заключения сделок с поставщиками, взаимодействия между точками продаж, их сотрудниками. Также не хватает автоматизации для анализа эффективности бизнес-процессов.

1.3 Бизнес цели и критерии успеха

Бизнес-цели:

ВО-1. Увеличить чистую прибыль компании на 30% к концу 2024 года в сравнении с аналогичным периодом 2023 года посредством внедрения новой системы электронной коммерции - маркетплейса RedBerry в июле 2024 года.

ВО-2. Снизить издержки компании за счет уменьшения арендуемых площадей офлайн-точек продаж на 100% к июлю 2024 года, за счет реструктуризации штата компании (продавцы, грузчики) на 30% к июлю 2024 года.

ВО-3. Уменьшение расходов на печатную рекламную продукцию за счет перевода рекламы на онлайн-платформу маркетплейса на 100% к июлю 2024 года.

Цели проекта:

РО-1. Внедрение первой версии ПО маркетплейса "RedBerry" в июле 2024 года

Связь:

Таким образом внедрение 1-й версии ПО маркетплейса RedBerry в июле 2024 года позволит заказчику в течении полугода автоматизировать бизнес-процессы, освободить человеческий ресурс, снизить издержки, повысить конкурентоспособность и получить прибыль за 2024 год на 30% больше за 2023 год,

Критерии приёмки:

Целей бизнеса:

- Чистая прибыль на 01.01.2025 года должна составить 182 000 белорусских рублей (в сравнении с 01.01.2024 года - 140 000 белорусских рублей)
- Расходы на аренду и печатную рекламную продукцию должны составить 0,0 белорусских рублей на 01.07.2024.
- Фонд заработной платы должен снизиться до 45000 белорусских рублей к июлю 2024 года.

Целей проекта:

- Дизайн маркетплейса "RedBerry" будет одобрен заказчиком к маю 2024 года
- Приложение "RedBerry" пройдет тестирования на работоспособность и защиту от вирусов к июню 2024 года
- 1 версия маркетплейса "RedBerry" будет доступна для скачивания в App Store и Google Play Маркет к июлю 2024 года
- В маркетплейсе "RedBerry" будут представлены товары от более 80 компаний-продавцов к июлю 2024 года, 180 компаний-продавцов к декабрю 2024 года
- Привлечь не менее 1000 покупателей к сентябрю 2024 года, 3000 покупателей к декабрю 2024 года

1.4 Потребности клиента или рынка

В рамках реализации проекта было проведено сравнение с наиболее сильными конкурентами и компаниями в данной отрасли - смотреть Приложение А.

Анализ конкурентов показал: на рынке предлагаемых услуг представлено более 6 популярных маркетплейсов функционирующих на территории страны. Для конкурентной платформы необходимо реализовать следующие функции:

1. Скорость доставки товаров за счет заключения контрактов с ведущими транспортными компаниями.
2. Способы доставки за счет реализации курьерской доставки на дом.
3. Наличие подписки с эксклюзивными предложениями товаров.
4. Внедрение программ лояльности, вознаграждения пользователей за частое использование платформы, за объем покупок, продаж.
5. Внедрение и расширение сети ПВЗ для удобства покупателей.

В дальнейшем также необходимо:

1. Проанализировать торговые предложения потенциальных продавцов, их ассортимент и цены для выбора наиболее выгодных.
2. Мониторить все основные маркетплейсы конкурентов для выявления новых тенденций на данном рынке услуг.
3. Разработать стратегию продвижения за счет рекламной компании, привлечения блогеров-инфлюэнсеров.

Так же для выявления целевой аудитории и других критериев пользователей был проведен опрос - смотреть Приложение Б.

По результатам опроса было получено представление об основном потенциальном потребителе (покупателе) пользователе приложения RedBerry. Это женщина в возрасте от 31 до 45 лет, проживающая на территории Республики Беларусь, которая совершает покупки онлайн через мобильное приложение во временной промежуток от 18.00 до 02.00, предпочитает Вайлдберриз (основной конкурент).

1.5 Бизнес-риски

В ходе работы над проектом были выявлены следующие бизнес-риски:

RI-1. Потеря части клиентов при переходе на маркетплейс: Если пользователи не будут удовлетворены нашим сервисом или его качество станет устаревать, они могут перейти к конкурентам. Необходимо постоянно улучшать наш маркетплейс, учитывая потребности и требования пользователей, чтобы держать их интерес и лояльность.

RI-2. Риск для проекта создания онлайн-маркетплейса заключается в возможной задержке в запуске проекта по сравнению с изначально установленными сроками. Это может привести к снижению конкурентоспособности проекта на рынке, потере потенциальных пользователей и доходов. Задержка в создании маркетплейса также может привести к увеличению издержек, связанных с дополнительными затратами на разработку и поддержку проекта, а также потере доверия со стороны инвесторов и партнеров.

RI-3. Риск потери части продавцов при переходе на маркетплейс - это потенциальная угроза уменьшения количества предложений и ассортимента товаров на платформе, что может привести к потере интереса пользователей и ухудшению конкурентоспособности проекта. Потеря продавцов может быть вызвана различными факторами, такими как неудовлетворенность условиями сотрудничества, сложностью процесса перехода на новую платформу, неэффективным маркетингом или конкуренцией со стороны других маркетплейсов. Для снижения данного риска необходимо провести тщательный анализ потребностей и ожиданий продавцов, разработать привлекательные условия сотрудничества, обеспечить качественную поддержку и обучение, а также провести активную маркетинговую кампанию для привлечения новых продавцов на платформу.

RI-4. Возможность изменения регулятивной среды: Правительство или регуляторы могут внести изменения в законодательство или нормативные акты, которые могут негативно повлиять на функционирование нашего маркетплейса. Необходимо быть готовыми к таким изменениям и адаптироваться к новым требованиям, чтобы избежать потенциальных проблем или определить новые возможности.

RI-5. Быстрое изменение технологической обстановки: Технологии постоянно развиваются, и то, что является инновационным сегодня, может стать устаревшим завтра. Мы должны постоянно отслеживать новые тенденции и инновации, чтобы оставаться в тренде и не потерять рыночную позицию.

RI-6. Проблемы с безопасностью данных: Наш маркетплейс хранит и обрабатывает большое количество личных данных пользователей и продавцов. В случае нарушения безопасности, могут возникнуть репутационные потери и судебные преследования со стороны пострадавших пользователей. Необходимо

инвестировать в безопасность данных и поддерживать высокие стандарты защиты, чтобы предотвратить возможные инциденты и ускользнуть от риска.

RI-7. Риск для маркетплейса состоит в том, что в связи с возможным неблагоприятным финансовым состоянием заказчика возникает потенциальная возможность для срыва или неудачного завершения деятельности маркетплейса. Это связано с тем, что заказчик может не быть в состоянии оплатить свои обязательства, что может привести к финансовым потерям или неплатежам для маркетплейса. Такой риск может привести к недостаточным средствам для обеспечения инфраструктуры и функционирования маркетплейса, а также к потере доверия со стороны продавцов и покупателей. Это также может отразиться на репутации маркетплейса и его способности привлекать новых клиентов и партнеров.

RI-8. Возможность потерять конкурентное преимущество из-за быстрого развития конкурентов: Другие компании могут внедрять новые технологии или развиваться в том же направлении, что и наш маркетплейс, что может привести к потере нашей доли рынка. Необходимо разработать стратегию инноваций и постоянно отслеживать действия конкурентов, чтобы оперативно реагировать и оставаться впереди.

Последствия, вероятность возникновения, влияние и стратегия работы по каждому из рисков описаны в таблице.

Таблица 1.2 – Анализ рисков

ID	Риск	Последствия	Вероятность возникновения	Влияние	Стратегия работы
RI-1	Потеря части клиентов при переходе на маркетплейс	3	0.3	Ниже среднего	Активная кампания по информированию аудитории о переходе работы на маркетплейс
RI-2	Создание маркетплейса позже изначально установленных сроков	2	0.5	Ниже среднего	Урезания части функционала в первой версии.
RI-3	Потеря части продавцов при переходе на маркетплейс	3	0.7	Среднее	Поощрения продавцов при переходе на маркетплейс
RI-4	Изменения в законодательстве	4	0.5	Выше среднего	Придётся переделывать части проекта под новые законы

RI-5	Быстрое изменение технологической обстановки	3	0.6	Среднее	Регулярно отслеживать новые технологии и адаптировать их в свой проект
RI-6	Нарушение безопасности данных	5	0.2	Выше среднего	Инвестировать в безопасность и защиту данных, использовать современные методы шифрования, регулярно проверять систему на уязвимости.
RI-7	Ухудшение финансового состояния заказчика	4	0.3	Среднее	Мониторинг и анализ финансовой стабильности на протяжении всего времени работы проекта.
RI-8	Потеря конкурентного преимущества в связи с быстрым развитием конкурентов	4	0.6	Выше среднего	Постоянно анализировать деятельность конкурентов, развивать уникальные идеи и продукты, улучшать сервис и работать над удержанием клиентов.

Глава 2 Образ решения

2.1 Положение об образе проекта

Образ проекта представлен в следующих таблицах:

Таблица 2.1 – Образ решения для заказчика

Для	Владельца бизнеса офлайн точек продаж
Который	Хочет создать систему электронной коммерции
Наш продукт	Маркетплейс RedBerry
Позволяет	Продавать расширенный ассортимент товаров онлайн
В отличие	От имеющихся торговых точек оффлайн
Наше решение	Позволит: <ul style="list-style-type: none"> • наладить автоматизированный учет логистики товаров • сократить издержки на аренду торговых точек, складских помещений • оптимизировать штат сотрудников • получать прибыль от продажи подписки

Таблица 2.2 – Образ решения для покупателя

Для	Клиентов, покупателей
Которые	Хотят покупать товары онлайн
Наш продукт	Маркетплейс RedBerry
Позволяет	Приобретать товары онлайн
В отличие	От магазинов, торговых центров, рынков
Наше решение	Позволит: <ul style="list-style-type: none"> • заказывать товары круглосуточно онлайн • оплачивать покупки онлайн • получать товары в пунктах выдачи в пешей доступности • приобретать платную подписку с эксклюзивными товарами • пользоваться персонализированной лентой товаров, созданной с помощью ИИ

Таблица 2.3 – Образ решения для поставщиков

Для	Организаций - поставщиков товаров
Которые	Хотят продавать товары онлайн
Наш продукт	Маркетплейс RedBerry
Позволяет	Размещать широкий ассортимент товаров на эл.площадке для их последующей продажи
В отличие	От магазинов, торговых центров, рынков
Наше решение	Позволит: <ul style="list-style-type: none"> • расширить рынок сбыта • сэкономить на доставке на территориально удаленные точки продаж • увеличить товарооборот

2.2 Основные функции

Для того, чтобы эффективно реализовать все функции проекта необходимо их приоритизировать. Одним из популярных рабочих методов приоритизации является метод MoSCoW.

M must - то, что необходимо сделать в любом случае. Без выполнения этих задач продукт не будет работать.

S should - не самые важные требования, но они тоже должны быть выполнены (после M)

C could - желательные требования, которые можно сделать, если останется время и будут ресурсы.

W would - требования и задачи, которые хотелось бы сделать, но их можно проигнорировать или перенести на следующие релизы без вреда для продукта.

Таблица 2.4 – Приоритеты основных функций системы

ID	Актёр	Название	Приоритет по MoSCoW
UC-1	Покупатель	Найти товар	M
UC-2	Покупатель	Добавить товар в корзину	M
UC-3	Покупатель	Отслеживать состояние заказа	S
UC-4	Покупатель	Оформить заказ	M
UC-5	Покупатель	Выбрать пункт выдачи	M
UC-6	Покупатель	Выбрать способ оплаты	S
UC-7	Покупатель	Оставить отзыв	C
UC-8	Покупатель	Управлять личными данными	M
UC-9	Покупатель	Управлять БПК	M
UC-10	Покупатель	Приобрести подписку	W
UC-11	Покупатель	Войти в систему как покупатель	M
UC-12	Покупатель	Зарегистрироваться как покупатель	M
UC-13	Покупатель	Управлять товарами в корзине	M
UC-14	Покупатель	Оставить жалобу	C
UC-15	Продавец	Управлять личными данными	M

UC-16	Продавец	Создать запрос на размещение рекламы	W
UC-17	Продавец	Оплатить тариф по рекламе	W
UC-18	Продавец	Посмотреть отзывы	C
UC-19	Продавец	Дать ответ покупателю	C
UC-20	Продавец	Посмотреть отчёт о продажах	S
UC-21	Продавец	Управлять товарами	M
UC-22	Продавец	Войти в систему как продавец	M
UC-23	Продавец	Зарегистрироваться как продавец	M
UC-24	Продавец	Просмотреть заказы	S
UC-25	Продавец	Разместить скидку, акцию	W
UC-26	Сотрудник ПВЗ	Войти в аккаунт как сотрудник ПВЗ	M
UC-27	Сотрудник ПВЗ	Добавить поступившие на ПВЗ товары в систему	M
UC-28	Сотрудник ПВЗ	Управлять статусами товаров	M
UC-29	Администратор	Отслеживать статистику	S
UC-30	Администратор	Заполнять отчёты	S
UC-31	Администратор	Контролировать работоспособность сайта	M
UC-32	Администратор	Управлять информацией на сайте	M
UC-33	Администратор	Добавлять новости на сайте	W
UC-34	Администратор	Редактировать элементы главной страницы сайта	S
UC-35	Администратор	Модерировать сайт	S
UC-36	Администратор	Просмотреть жалобы пользователей	C
UC-37	Администратор	Отвечать на вопросы пользователей	M
UC-38	Администратор	Просмотреть отзывы о работе системы	C
UC-39	Администратор	Ставить задачи разработчикам	M
UC-40	Администратор	Блокировать пользователей	M
UC-41	Администратор	Отвечать на жалобы	C
UC-42	Администратор	Читать жалобы	C

2.3 Предположения и зависимости

В управлении проектом необходимо определить факторы, которые считаются истинными или определенными, но их достоверность не может быть полностью подтверждена (*предположения*).

AS-1. Задача по определению содержания каталога по категориям возлагается на заказчика.

AS-2. Вся работа по легальной проверке продавцов проходит вне разрабатываемой платформы.

AS-3. Доставка продукции до ПВЗ будет осуществляться курьерскими службами.

Определенные ограничения приводят к *зависимостям* проекта - взаимосвязи с внешними факторами, изменениями отраслевых стандартов, предписаний регулирующих органов.

DE-1. Платформа маркетплейса должна соблюдать все законодательные предписания государственных органов.

DE-2. Платформа маркетплейса зависит от поставщиков товаров – продавцов.

DE-3. Платформа маркетплейса делегирует обеспечение денежных транзакций банкам-партнёрам.

DE-4 Платформа маркетплейса запрашивает у пользователей сведения о БПК в соответствии с требованиями банков-партнёров.

DE-5. Если все товары будут доставляться сторонними транспортными организациями, то маркетплейс должен поддерживать связь с ними.

Также необходимо учитывать бизнес-правила - условия или ограничения, сочетание принципов и выводов, которые определяют как работает бизнес. Эти ограничения учитываются при выработке решений по проекту и поставке готового программного обеспечения.

Бизнес-правила собираются на протяжении всего проекта.

Бизнес-правила представлены в следующей таблице:

Таблица 2.5 – Бизнес-правила

Идентификатор	Правило	Классификация
BR-1	Доставка до пункта выдачи бесплатная для покупателя	Факт
BR-2	Для специальной группы товаров оплата производится сразу	Факт
BR-3	Покупатель не должен платить за возврат	Факт
BR-4	Все программы должны соответствовать государственным предписаниям, касающимся использования их людьми с ослабленным зрением (СТБ EN 17161-2022)	Ограничение

BR-5	При заказе товаров с ограничением по возрасту, покупатель должен подтвердить возраст	Ограничение
BR-6	Платформа должна быть доступна на белорусском и русском языках	Ограничение
BR-7	В последний день месяца должны генерироваться отчеты по объему оборота (в рублях) каждого продавца в этом месяце	Активатор
BR-8	Если покупатель заказал товар продавца, который поставляет разные товары этой категории, перед оформлением заказа нужно покупателю предложить приобрести другие товары того же продавца	Активатор
BR-9	После добавления покупателем товара в корзину отобразить аналогичные товары, которые приобрели другие покупатели вместе с этим товаром	Активатор
BR-10	Если покупатель не забрал товар в течение двух недель, товар возвращается на склад	Активатор
BR-11	Если покупатель оплатил заказ, то он может его забрать на ПВЗ.	Факт
BR-12	Если покупатель получил товар, то заказ считается выполненным.	Вывод
BR-13	При достижении месячного оборота в 100000р у продавца, ему может предоставляться скидка в размере 5%	Вычисление
BR-14	При достижении общей суммы покупок на R рублей скидка на дальнейшие покупки составляет D%	Вычисление
BR-15	Каждый товар имеет уникальный неизменяемый номер (артикул)	Факт

Таблица 2.6 – Таблица скидок для покупателя (BR-14)

Идентификатор	Сумма покупок (рубли)	Скидка (%)
.1	0.00 - 199.99	1
.2	200.00 - 499.99	2
.3	500.00 - 799.99	3
.4	800.00 - 1199.99	4
.5	>=1200.00	5

Глава 3 Масштабы и ограничения проекта

3.1 Объем версий продукта

Т.к. заказчик хочет быстро выйти на рынок, было принято решение разделить реализацию основных функций на два релиза. В первой и последующей версиях продукта будут реализованы следующие варианты использования:

Таблица 3.1 – Объем версий продукта

ID	Актёр	Название	Полнота выполнения	
			Версия 1	Версия 2
UC-1	Покупатель	Найти товар	Реализация полностью	
UC-2	Покупатель	Добавить товар в корзину	Реализация полностью	
UC-3	Покупатель	Отслеживать состояние заказа	Отображение статуса заказа	Реализация полностью
UC-4	Покупатель	Оформить заказ	Реализация полностью	
UC-5	Покупатель	Выбрать пункт выдачи	Реализация полностью	
UC-6	Покупатель	Выбрать способ оплаты	Реализация полностью	
UC-7	Покупатель	Оставить отзыв	Реализация полностью	
UC-8	Покупатель	Управлять личными данными	Реализация полностью	
UC-9	Покупатель	Управлять БПК	Реализация полностью	
UC-10	Покупатель	Приобрести подписку	Не реализована	Реализация полностью
UC-11	Покупатель	Войти в систему как покупатель	Реализация полностью	
UC-12	Покупатель	Зарегистрироваться как покупатель	Реализация полностью	
UC-13	Покупатель	Управлять товарами в корзине	Реализация полностью	
UC-14	Покупатель	Оставить жалобу	Не реализована	Реализация полностью

UC-15	Продавец	Управлять личными данными	Реализация полностью	
UC-16	Продавец	Создать запрос на размещение рекламы	Не реализована	Реализация полностью
UC-17	Продавец	Оплатить тариф по рекламе	Не реализована	Реализация полностью
UC-18	Продавец	Посмотреть отзывы	Реализация полностью	
UC-19	Продавец	Дать ответ покупателю	Реализация полностью	
UC-20	Продавец	Посмотреть отчёт о продажах	Отображение диаграммы по основным показателем	Реализация полностью
UC-21	Продавец	Управлять товарами	Реализация полностью	Реализация полностью
UC-22	Продавец	Войти в систему как продавец	Реализация полностью	
UC-23	Продавец	Зарегистрироваться как продавец	Реализация полностью	
UC-24	Продавец	Просмотреть заказы	Реализация полностью	
UC-25	Продавец	Разместить скидку, акцию	Не реализована	Реализация полностью
UC-26	Сотрудник ПВЗ	Войти в аккаунт как сотрудник ПВЗ	Реализация полностью	
UC-27	Сотрудник ПВЗ	Добавить поступившие на ПВЗ товары в систему	Реализация полностью	
UC-28	Сотрудник ПВЗ	Управлять статусами товаров	Реализация полностью	
UC-29	Администратор	Отслеживать статистику	Отображение диаграмм по основным показателем	Реализация полностью
UC-30	Администратор	Заполнять отчёты	Реализация полностью	
UC-31	Администратор	Контролировать работоспособность сайта	Внедрение основных программ для просмотра статистики работоспособности сайта	Реализация полностью

UC-32	Администратор	Управлять информацией на сайте	Реализация полностью	
UC-33	Администратор	Добавлять новости на сайте	Не реализована	Реализация полностью
UC-34	Администратор	Редактировать элементы главной страницы сайта	Частичный функционал для базового администрирования сайта	Реализация полностью
UC-35	Администратор	Модерировать сайт	Частичный функционал для базового модерирования сайта	Реализация полностью
UC-36	Администратор	Просмотреть жалобы пользователей	Не реализована	Реализация полностью
UC-37	Администратор	Отвечать на вопросы пользователей	Реализация полностью	
UC-38	Администратор	Просмотреть отзывы о работе системы	Не реализована	Реализация полностью
UC-39	Администратор	Ставить задачи разработчикам	Реализация полностью	
UC-40	Администратор	Блокировать пользователей	Реализация полностью	
UC-41	Администратор	Отвечать на жалобы	Не реализована	Реализация полностью

3.2 Ограничения и исключения

В ходе сравнительного анализа возможностей и характеристик, которые ожидаются заинтересованными лицами, и решений по границам проекта, с заказчиком были выявлены следующие ограничения:

LI-1. В первых двух версиях продукта не будет реализована возможность покупки лицензий на франшизу.

LI-2. Премиум-услуги будут доступны начиная со второй версии продукта.

LI-3. В первых двух версиях система будет доступна только для пользователей из Беларуси.

LI-4. Система в первой версии будет доступна только на русском и белорусском языках.

LI-5. Оплата заказов на ПВЗ осуществляется только с помощью БПК.

LI-6. В первых двух версиях продукта не будет прямой интеграции с курьерской службы для доставки продукции покупателям домой.

Глава 4 Бизнес-контекст

4.1 Профили заинтересованных лиц

Важными лицами, которые могут быть заинтересованы в данном анализе, могут быть собственники компании, инвесторы, руководство компании, регулирующие органы, клиенты и поставщики компании.

Собственники компании могут быть заинтересованы в анализе для оценки эффективности управления компанией и ее финансового состояния. Инвесторы могут использовать анализ для принятия решения об инвестировании в компанию.

Руководство компании может использовать анализ для оценки текущего положения компании и разработки стратегии развития. Регулирующие органы могут быть заинтересованы в анализе для оценки соблюдения компанией законодательства и нормативов.

Клиенты и поставщики компании могут использовать анализ для оценки финансовой устойчивости компании и ее надежности как делового партнера.

В целом, анализ заинтересованных лиц важен для понимания потребностей и интересов всех сторон, связанных с компанией, и для принятия обоснованных решений по ее управлению и развитию.

Анализ заинтересованных лиц представлен - смотреть [Приложение В](#).

В матрице “Власть-интерес” отображена степень влияния и интереса заинтересованных лиц к проекту.

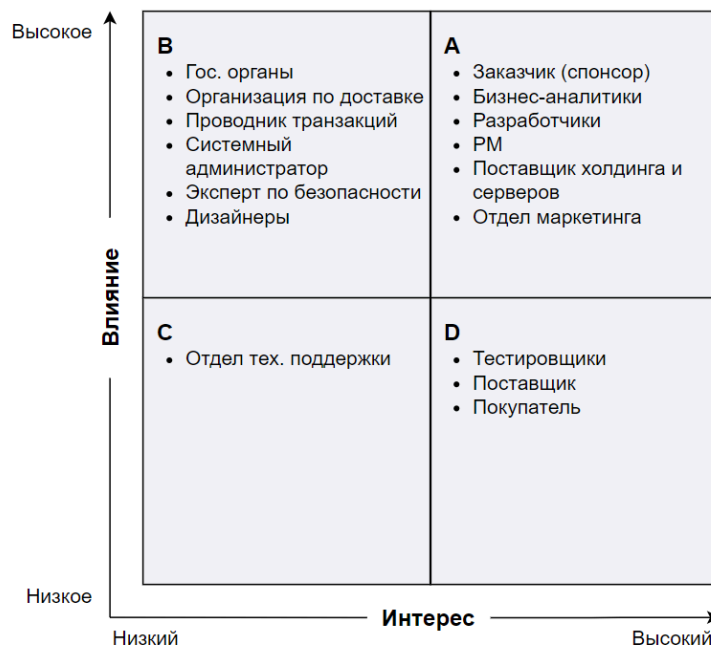


Рисунок 4.1 - Матрица власть-интерес

Таким образом заинтересованные лица квадранта А - влиятельные с высоким интересом к проекту. Ключевые игроки. К ним следует относиться с вниманием в течение всего проекта.

В квадранте В заинтересованные лица с высокой степенью влияния на проект, но не заинтересованные в нем. Необходимо удовлетворять их требования, во избежание негативного влияния на проект.

В квадранте С заинтересованные лица с низкой степенью влияния и не заинтересованные в проекте. Необходимо мониторить, отслеживать их действия время от времени.

В квадранте D заинтересованные лица с низкой степенью влияние, но с высоким интересом. Информлируем их о ходе реализации проекта, получаем обратную связь.

Рассмотрим также роли согласно матрице RACI для оптимизации управления проектом и повышения производительности участников. Эффективное распределение ролей и ответственностей позволит выявить возможные проблемы и улучшить организацию процессов.

Роли RACI представлены в Приложении Г.

4.2 Приоритеты проекта

Для определения и согласования приоритетов проекта предлагаем использовать матрицу компромиссов (представлена в таблице ниже). Это позволит нам разделить основные функции проекта на обязательные, необязательные, но желательные и факультативные, которые можно при необходимости исключить или отложить до следующей версии, чтобы удовлетворить первые два параметра.

Таблица 4.3 – Приоритеты проекта

	Фиксируется	Оптимизируется	Принимается
Бюджет			+
Время	+		
Функциональность		+	
Чел. ресурсы		+	

Учитывая, что зафиксировано время, мы определим функциональность и человеческие ресурсы и в случае необходимости скорректируем бюджет.

4.3 Операционная среда

Требования операционной среды:

ОЕ-1. Язык для написания ПО – React JavaScript, Java;

ОЕ-2. Хранение данных – MySQL;

ОЕ-3. Метрики для сайта – Яндекс Метрика, Google Analytics;

ОЕ-4. Формат изображений на сайте - PNG, JPG.

Приложения

Приложение А

Таблица 1.1 - Анализ конкурентов

Параметр сравнения		WildBerries	Ozon	21 Век	Onliner.by	Kufar	AliExpress
Доставка	Скорость доставки	В зависимости от региона: в крупных городах 2-4 рабочих дня в отдаленных пунктах точные сроки смотреть на сайте	При наличии товара на складе 1-3 рабочих дня при отсутствии товара на складе 7-10 рабочих дней	В зависимости от региона (приблизительные сроки можно посмотреть на сайте, указав населённый пункт)	В зависимости от региона до 14 дней (точные сроки можно посмотреть на сайте)	Скорость доставки 5-7 рабочих дней в зависимости от региона.	30-45 рабочих дней средняя скорость прибытия товара в пункт выдачи.

	<p>Способ доставки</p> <p>1)до пункта выдачи</p> <p>2)курьером до двери</p>	бесплатно при заказе от 35р	бесплатно при заказе от 34р при заказе от 100р	бесплатно стоимость доставки зависит от состава заказа и расстояния до населенного пункта. подъем на этаж — бесплатно	<p>-</p> <p>Плата за доставку товаров, розничная цена которых не превышает 100,00 бел. рублей(< 100), рассчитывается по формуле = 50% тарификации + 5,00 бел. рублей</p>	<p>Доставка Белпочтой:</p> <p>1)За доставку платит покупатель при получении товара.</p> <p>2)Стоимость доставки до 1 кг - 3 р.; от 1 кг до 3 кг - 4 р.; от 3 кг до 5 кг - 5 р.</p> <p>3)Товар можно оплатить картой онлайн (Куфар Оплата) или в отделении (наложенный платеж).</p>	Бесплатно отсутствует
Наличие подписки		-	-	-	-	-	-

Оплата	Способы оплаты	онлайн БПК	онлайн БПК, наличные	онлайн БПК курьеру и на пункте выдачи с помощью БПК или наличными	онлайн БПК курьеру и на пункте выдачи с помощью БПК или наличными	1) передать оплату лично 2) оплатить в рассрочку (кнопка есть только на странице объявления на Куфаре) 3) оплатить товар в отделении Белпочты/курьер у Белпочты при использовании Куфар Доставки 4) оплатить товар онлайн (Куфар Оплата) при использовании Куфар Доставки	Онлайн БПК
	Возможность оплаты при получении	+	+	+	+	+	-

Скидочные программы	СПП - скидка постоянного покупателя Скидка продавцу Дни распродаж	Промокоды (купоны) на некоторые категории товаров Акции при покупке нескольких товаров Распродажи брендов	Бонусные баллы начисляются за покупки Сумма бонусов за покупки зависит от общей стоимости товаров, приобретенных в онлайн-гиперма ркете, и может достигать 5% от суммы покупок Бонусными баллами можно оплатить до 25% стоимости заказа	Программа лояльности «Мощная картка» скидки продавцов	Реферальная программа	Реферальная программа На AliExpress есть несколько видов акций, в которых могут участвовать продавцы: крупные промо («11.11», «328», «618», «828», «Черная пятница»), сезонные распродажи, постоянные акции («Горящие товары», «Почти даром», «До 399») Последние доступны всем без ограничения, а для участия в крупных или сезонных промо продавцам нужно соответствовать требованиям — иметь высокий рейтинг
---------------------	---	---	---	---	--------------------------	--

Сеть пунктов выдачи	В РБ на 01.09.23 - 910	В РБ на 01.09.23 - 342	В РБ на 01.09.23 - 627	нет		Нет
---------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------	-----	--	-----

Ваш пол?

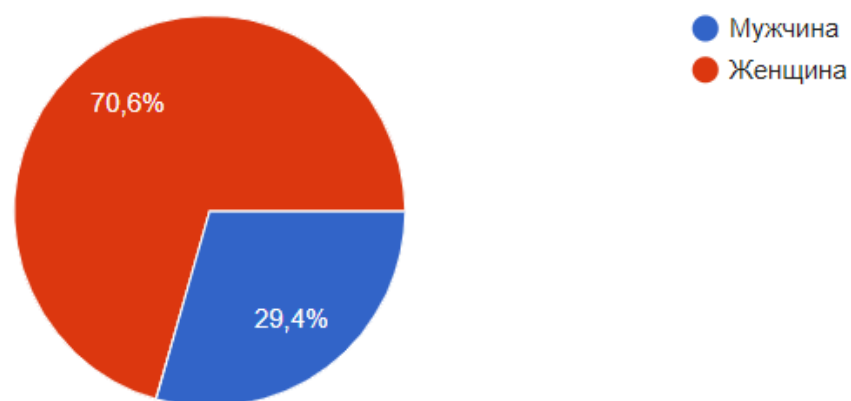


Рисунок 1.2 - Результат опроса по полу респондентов

Источник: собственная разработка по результатам опроса

Возрастная категория?

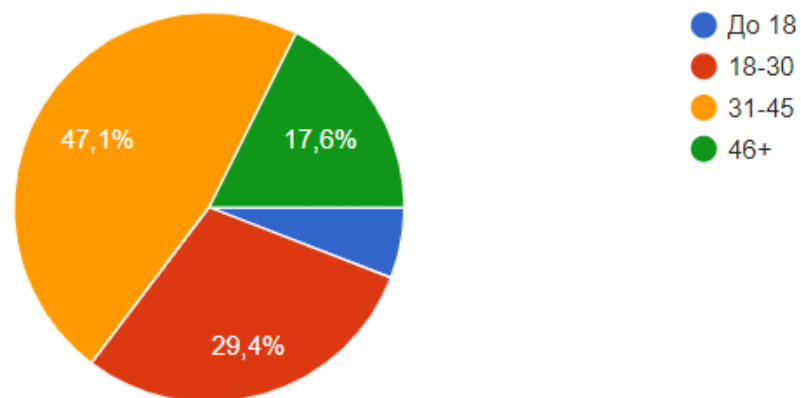


Рисунок 1.3 - Результат опроса по возрастной категории респондентов

Источник: собственная разработка по результатам опроса
Где вы проживаете?

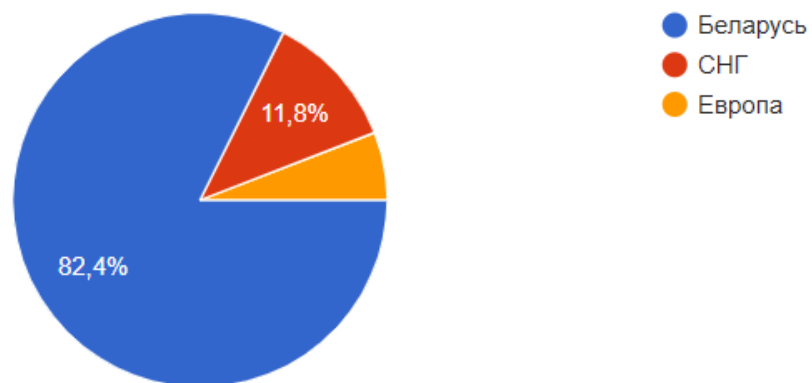


Рисунок 1.4 - Результат опроса по месту проживания респондентов

Источник: собственная разработка по результатам опроса

Совершаете ли вы покупки онлайн?

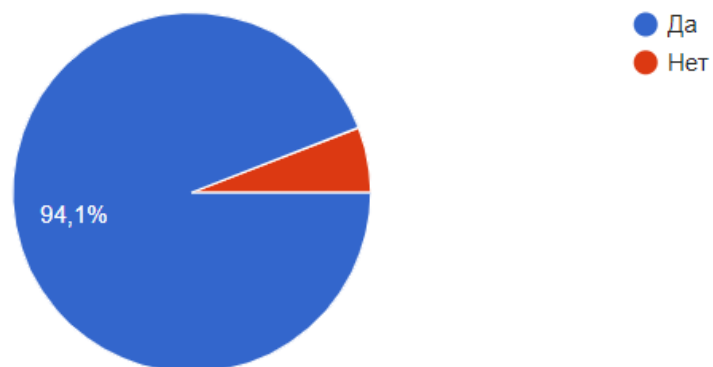


Рисунок 1.5 - Результат опроса по способу покупки онлайн респондентов

Источник: собственная разработка по результатам опроса

В какое время суток вы чаще всего совершаете покупки онлайн?

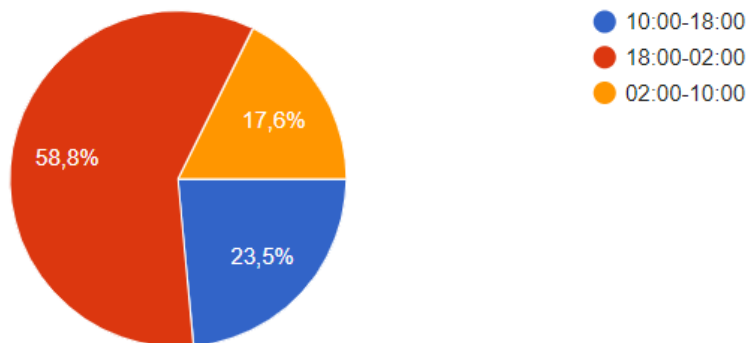


Рисунок 1.6 - Результат опроса по времени покупки онлайн респондентов

Источник: собственная разработка по результатам опроса

Какой маркетплейс, по Вашему мнению, самый удобный?

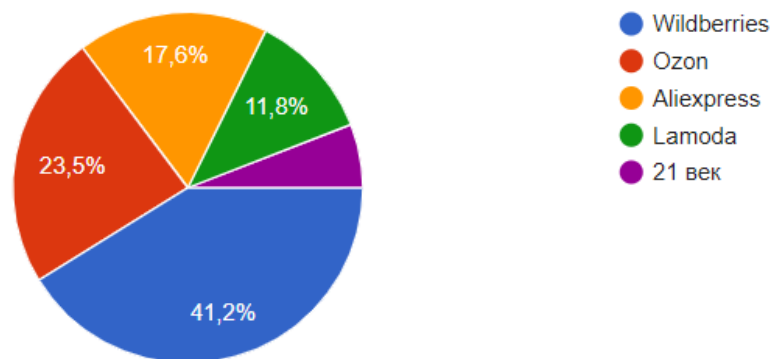


Рисунок 1.7 - Результат опроса по самому удобному маркетплейсу респондентов

Источник: собственная разработка по результатам опроса

Каким образом вы чаще всего совершаете покупки на маркетплейсах?

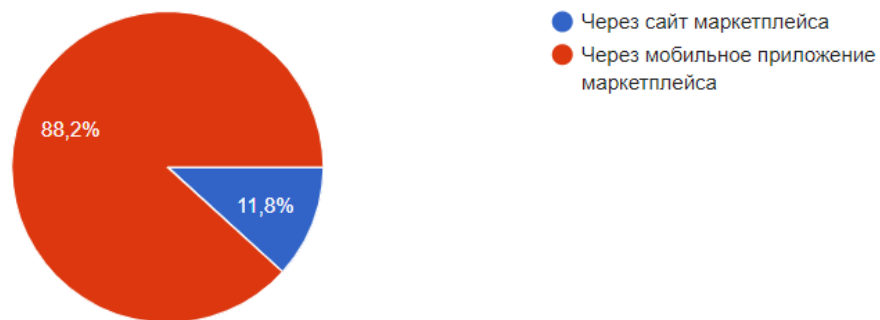


Рисунок 1.8 - Результат опроса по способу совершения покупок на маркетплейсах

Источник: собственная разработка по результатам опроса

С какими проблемами при оформлении покупок Вы сталкивались?



Рисунок 1.9 - Результат опроса по проблемам, возникающим при работе с маркетплейсами

Источник: собственная разработка по результатам опроса

Что бы Вы хотели добавить, изменить в работе маркетплейсов?

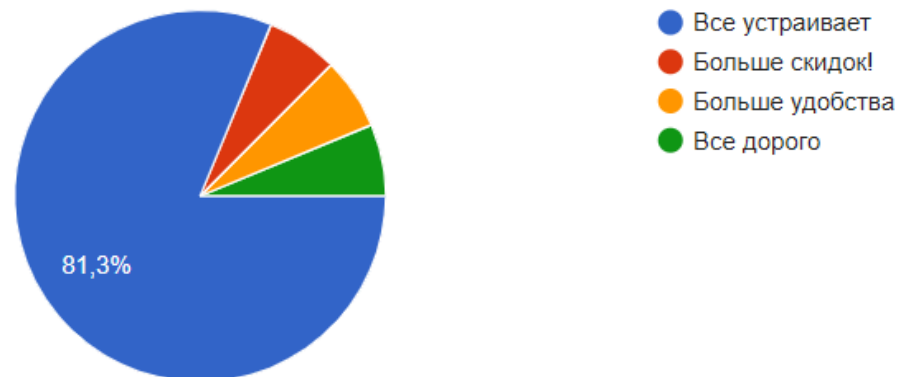


Рисунок 1.10 - Результат опроса по предложениям к работе маркетплейса

Источник: собственная разработка по результатам опроса

Приложение В

Таблица 4.1 - Стейкхолдеры

Заинтересованное лицо	ФИО	Контакты	Должность	Роль (по ВАВОК*)	Функция	Выгоды и ожидания от проекта	Отношение к проекту	Опасения
Заказчик (спонсор)	Бакальчук Иван Иванович	+375291234567 bakalchuk@mail.ru	Предприниматель, учредитель нескольких организаций	Владелец продукта Спонсор	Иницирует создание проекта, спонсирует его, санкционирует выполнение работ, контролирует бюджет	Создание успешного проекта, получение прибыли	Высокий интерес Сильное влияние (А)	Провал проекта при запуске на рынок, превышение сроков создания и реализации проекта, нехватка запланированного бюджета
Бизнес-аналитик	Тукало Оксана Иванов Александр Зеленский Александр	+375297280241 otukalo@mail.ru +375298127940 ivanovwrw@gmail.com +375...	Бизнес-аналитик	Бизнес-аналитик	Коммуникация с Заказчиком, анализирует потребности, составляет требования, заполняет артефакты, разрабатывает стратегии, содействует другим ЗЛ	Эффективные коммуникации со всеми ЗЛ, составление результативных требований	Высокий интерес Сильное влияние (А)	Сложности при общении с ЗЛ, некорректное выполнение требований, затяжные сроки проекта

Разработчик	Гомолинский Валерий Степанович	+375..	Разработчик	Специалист в области реализации	Разрабатывает программное обеспечение	Понятное техническое задание, адекватные сроки для выполнения ТЗ	Высокий интерес Сильное влияние (А)	Некачественные требования, сжатые сроки на выполнение ТЗ, дополнительные изменения и доработки
Проектный менеджер	Симонов Денис Викторович	+375...	Директор ООО "РэдБерри"	Руководитель проекта	Планирует все этапы работ, ставит задачи исполнителю, распределяет время и деньги, предупреждает риски и решает проблемы	Четкий план действий на всех этапах проекта, эффективное распределение обязанностей среди исполнителей, минимизация рисков	Высокий интерес Сильное влияние (А)	Провал проекта, затягивание сроков, урезание бюджета, неквалифицированный персонал

Тестировщик	Бадей Владимир Дмитриевич	+375...	Тестировщик	Тестировщик	Отвечают за определение того, как проверить соответствие решения требованиям, определенным бизнес-аналитиком, а также за выполнение процесса проверки	Четкая стратегия и план тестирования	Высокий интерес Слабое влияние (D)	Большое количество сбоев и ошибок в исследуемом ПО, несоответствие технической документации стандартам качества
Поставщик (пользователь)	Петрович Елена Игоревна	+375... ...@gmail.com	ИП	Конечный пользователь	Представитель конечных пользователей, является источником пользовательских требований.	Удобная платформа для продажи своей продукции	Высокий интерес Слабое влияние (D)	Небезопасность хранения личных данных и проведения транзакций; Трудности с управлением товарами онлайн.

Покупатель (пользователь)	Кабашников Константин Петрович	+375... ...@gmail.com	Домохозяин			Удобная платформа с большим ассортиментом товаров, конкурентоспо- собными ценами и эффективной службой доставки	Высокий интерес Слабое влияние (D)	Небезопасность хранения личных данных и проведения транзакций; Потенциальные мошенники (мошенники-пр- одавцы).
Гос. органы			МАРТ, нормотворче- ские и законодатель- ные органы	Регулятор	Обеспечиваю т соблюдение законодатель- ных и нормативных требований, касающихся электронной коммерции.	Увеличение конкуренции на рынке; Увеличение объёма налоговых сборов	Низкий интерес Сильное влияние (B)	Несоблюдение законодательств а; Негативное влияние на экономику; Сложности в обеспечении контроля за деятельностью на новой платформе (уклонение от уплаты налогов и т.п.)

Организация по доставке	Силкович Валентина Николаевна	+375... ...@gmail.com	Зам. директора по перевозкам	Поставщик	Отвечает за транспортировку товаров от продавцов к покупателям	Расширение своей сети; Повышение эффективности за счёт интеграции с платформой; Увеличение доходов, заключение долгосрочного контракта с заказчиком	Низкий интерес Сильное влияние (В)	Потенциальные логистические проблемы
Проводник транзакций	Есьман Дарья Александровна	+375... ...@gmail.com	Специалист по платёжным решениям		Предоставляют услуги безопасной обработки платежей, совершаемых на платформе	Приобретение новых клиентов; Увеличение дохода за счёт комиссий со сделок	Низкий интерес Сильное влияние (В)	Потенциальные нарушения безопасности, мошеннические транзакции

Поставщик хостинга и серверов	Кабариха Виктор Александрович	+375... ...@gmail.com	Менеджер по хостинговым решениям		Предоставляет необходимую сетевую инфраструктуру для платформы	Заключение долгосрочного контракта с заказчиком, получение дохода	Высокий интерес Сильное влияние (А)	Потенциальные нарушения безопасности; Слишком большая нагрузка на сервера (высокий спрос, круглосуточная доступность платформы)
Системный администратор	Фомина Лали Евсеевна	+375447234815 sysadmin@gmail.com	Системный администратор	Операционная поддержка	Обеспечивает штатную работу парка компьютерной техники, сети и программного обеспечения	Получение зарплаты; Бережное отношение к оборудованию	Низкий интерес Сильное влияние (В)	Отсутствие необходимого количества программного обеспечения; Проблемы с оснащением инфраструктурой для проекта

Эксперт по безопасности	Жданова Кармелитта Натановна	+375448185816 securityexpert@gmail.com	Специалист по безопасности		Обеспечивает безопасность, предотвращает и устраняет угрозы, а также занимается защитой информации и данных.	Получение зарплаты; Отсутствие утечки данных и угроз безопасности;	Низкий интерес Сильное влияние (В)	Утеря, утечка или повреждение данных; Выход из строя систем безопасности
Отдел технической поддержки	Калашников Елисей Николаевич	+375448182818 support@gmail.com	Специалист технической поддержки		Занимается устранением проблем, связанных с продуктом компании. Предоставляет дополнительную информацию при получении запроса на неё	Получение зарплаты; Наличие документации об продукте для ответов на вопрос и решений возникших проблем	Низкий интерес Слабое влияние (С)	Отсутствие документации

Отдел маркетинга	Ершов Аркадий Семенович	+375448185714 marketnigdepartment@gmail.com	Маркетолог	Специалист предметной области бизнеса	Занимается увеличением узнаваемости бренда и повышением продаж	Получение дохода; Высокие показатели в предметной области	Высокий интерес Сильное влияние (А)	Низкий бюджет на маркетинговую деятельность. Низкие показатели продаж
Дизайнеры	Зуев Арсений Васильевич	+375448185714 designer@gmail.com	UX/UI дизайнер	Специалист по реализации	проектирует и разрабатывает пользовательский интерфейс по определённым параметрам	Получение зарплаты; Наличие документации	Низкий интерес Сильное влияние (В)	Отсутствие документации

Приложение Г

Таблица 4.2 - RACI матрица

Задачи проекта	Заинтересованные лица															
	Заказчик (Спонсор)	Проектный менеджер	Бизнес-аналитик	Разработчик	Тестировщик	Продавец (пользователь)	Покупатель (пользователь)	Гос. органы	Организация поставке	Проводник транзакций	Поставщик хостинга и серверов	Системный администратор	Эксперт по безопасности	Отдел маркетинга	Отдел технической поддержки	Дизайнеры
Разработка плана коммуникаций	CI	R	AR	I	I	I	I	-	I	I	I	I	C	C	I	I
Подготовка договорной документации	C	AR	C	I	I	-	-	-	I	I	I	-	-	-	-	-
Выявление, сбор требований	C	C	AR	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	I	C
Создание дизайна интерфейса приложения	C	C	C	C	-	C	C	-	-	-	-	-	-	C	-	AR
Разработка продукта	-	C	C	AR	I	I	I	-	-	I	I	-	C	C	I	C

Тестирование продукта	-	I	CI	CI	AR	CI	CI	-	I	I	I	-	C	C	I	C
Проверка качества продукта	AR	R	C	I	C	-	-	-	-	-	-	-	C	C	I	C
Проверка безопасности	-	I	I	CI	CI	I	I	I	CI	R	R	-	AR	-	C	-
Внедрение продукта	C	C	C	-	-	I	I	CI	R	R	R	-	I	AR	C	-
Продвижение продукта	I	I	I	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	AR	C	I
Управление рисками	CI	AR	C	I	I	-	-	-	-	-	-	-	C	I	-	I

Таблица – Глоссарий

Сокращения и термины	Расшифровка
BABOK	Business Analysis Body of Knowledge (руководство к своду знаний по бизнес-анализу)
BPMN	<u>Business Process Model and Notation</u>
CVV/CVC	Card Verification Value/Code
FR	Functional Requirement Функциональное требование
NFR	Non-functional Requirement Нефункциональное требование
TBD	To be determined (требуется прояснения) — служит для отметки неясностей или пропусков, которые надо заполнить, в информации требований.
UC	Use Case (Вариант использования)
<u>UML</u> (Unified Modeling Language)	Набор стандартной нотации для создания различных визуальных моделей систем, особенно в объектно-ориентированном программировании.
Администратор	Пользователь приложения "Маркетплейс RedBerry", наделенный функциями администрирования приложения.
Анализ требований	Процесс классификации информации, касающейся требований, по различным категориям, оценка требований для определения желаемого качества, представление требований в различных формах, выделение детальных требований из требований более высокого уровня, обсуждение приоритетов требований.

Артикул	Код, который используется для идентификации и учета товаров и их вариантов. Артикул является неизменяемым и состоит из последовательности цифр.
Архитектура	Структура системы, включающая все ПО, оборудование и людей, из которых она состоит, интерфейсы и взаимосвязи между этими компонентами и поведение компонентов, видимое другим компонентам.
БА Business Analyst	Бизнес-аналитик - это любое лицо, которое выполняет задачи бизнес-анализа, независимо от своей должности или организационной роли. Бизнес-аналитик отвечает за обнаружение, обобщение и анализ информации из разных источников в рамках организации.
БД DB	База данных Data Base
Бизнес-цель	Финансовая или нефинансовая выгода, которую организация ожидает получить в результате реализации проекта или другой инициативы.
БПК	Банковская платежная карта
ВИ	Вариант использования
ВП Product Owner	Владелец продукта - инициирует создание проекта, спонсирует его, санкционирует выполнение работ, контролирует бюджет
Выявление требований	Процесс определения требований из различных источников посредством интервью, семинаров, анализа задач, рабочих потоков и документов и других механизмов
Дизайнер	Креативный специалист, который занимается разработкой функциональной и привлекательной оболочки продукта. В процессе своего творчества он опирается на опыт и фантазию.
Заказчик Customer	Клиент - использует или может использовать продукты или услуги, произведенные предприятием, а также может иметь договорные или моральные права, которые предприятие должно удовлетворить

ЗЛ Stakeholders	Заинтересованное лицо - это физическое лицо или группа лиц, с которыми бизнес-аналитик, вероятно, будет взаимодействовать прямо или косвенно. Любое заинтересованное лицо может быть источником требований, допущений или ограничений.
Инстаграм Instagram	Социальная сеть для обмена между пользователями фотографиями и видео, которые можно организовать по хэштегам и географическим тегам.
ИП	Индивидуальный предприниматель
ИИ	Искусственный интеллект
Маркетолог	Специалист, который занимается продвижением товаров и услуг на рынке. Для этого он анализирует потребности и интересы целевой аудитории, изучает конкурентов, а затем разрабатывает и реализует стратегию, главные цели которой — повышение узнаваемости и привлекательности бренда, а также увеличение продаж.
МАРТ	Министерство антимонопольного регулирования и торговли
Матрица RACI	Методика распределения полномочий и ролей в бизнес-процессах.
Метод оплаты	Вид оплаты заказа товара - сразу при оформлении заказа или при получении его на ПВЗ
ПВЗ	Пункт выдачи заказов. Сеть точек, куда доставляется товар Продавцом, откуда Покупатель забирает заказанный товар.
ПО	Программное обеспечение - совокупность программ системы обработки информации и программных документов, необходимых для эксплуатации этих программ.
Покупатель	Пользователь приложения "Маркетплейс RedBerry", зарегистрированный и авторизованный, приобретающий товары Продавцов.
Продавец	Пользователь приложения "Маркетплейс RedBerry", размещающий и продающий свои товары Покупателям.
Проект Project	Проект - отдельное предприятие с определенными целями, часто включающими требования по времени, стоимости и качеству достигаемых результатов. Это деятельность по выработке решения и созданию продукта,

ПМ Project Manager	Проектный менеджер - руководитель проекта. Отвечает за планирование и управление работой на проекте. Его зона ответственности – обеспечивать поставку решения, которое будет отвечать бизнес-требованиям, а также контролировать, чтобы задачи проекта были выполнены. Менеджер проекта балансирует факторы проекта, в которые входят рамки проекта, бюджет, график, ресурсы, качество и риски.
Разработчик Developer	Разработчик - специалист, занимающийся процессом разработки в какой-либо области деятельности. Разработчик ПО - его целью является создание ПО для автоматизации работы различных предприятий, обработки больших объёмов информации или решения каких-либо проблем, связанных с информационными технологиями.
Регулятор	Лицо или организация, отвечающая за определение и применение стандартов
РБ	Республика Беларусь
Ретейлер	Торговая фирма или специалист, занимающиеся продвижением и реализацией товаров на потребительском рынке
Системный администратор	Работник, должностные обязанности которого подразумевают обеспечение штатной работы парка компьютерной техники, сети и программного обеспечения.
СМИ	Средства массовой информации
СММ Social Media Marketing	Продвижение (маркетинг) в социальных сетях
СПП	Скидка постоянного покупателя
СЭК	Система электронной коммерции
Специалист по безопасности	Эксперт в области общественной, личной, корпоративной безопасности, который обеспечивает исключение или минимизацию рисков нанесения физического, финансового, информационного ущерба

Специалист технической поддержки	Лицо, оказывающее помощь пользователям по части обеспечения их технологичными продуктами и услугами.
Спонсор Sponsor	Спонсор - несет ответственность за инициирование усилий по определению потребностей бизнеса и разработке решения, которое удовлетворяет эту потребность. Санкционирует выполнение работ, контролирует бюджет и объем работ в рамках этой инициативы.
Способ оплаты	Подразумевает выбор БПК пользователя для оплаты выбранного товара при оформлении заказа
Тестировщик Tester	Тестировщик - отвечает за определение того, как проверить соответствие решения требованиям, определенным бизнес-аналитиком, а также за выполнение процесса проверки. Тестировщик также стремится обеспечить соответствие решения применимым стандартам качества, а также то, что риск дефектов или сбоев понятен и сведен к минимуму.
ТЗ	Техническое задание - документ или несколько документов, определяющих цель, структуру, свойства и методы какого-либо проекта, и исключающие двусмысленное толкование различными исполнителями.
ТН ВЭД	Классификатор товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности.
Транзакция	Единичная операция по продаже или покупке чего-либо.
Требование Requirement	Требование — это пригодное для использования представление потребности. Требования сосредоточены на понимании того, какая ценность может быть получена в результате выполнения требования.
Франшиза	Право вести деятельность под именем чужого бренда и использовать его технологии