

# ΠΡΟΤΥΠΟ ΔΟΜΗΣ 1

## Έγγραφο απαιτήσεων εμπλεκόμενων μερών (StRS) Stakeholders Requirements Specification

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

### [ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ]

#### Εισαγωγή

##### 1.1 Ταυτότητα - επιχειρησιακοί στόχοι

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

Οι αναγνώστες που θα συμμετέχουν στην εφαρμογή θα μπορούν να πετύχουν αρκετούς επιχειρησιακούς στόχους.

Καταρχήν, θα μπορούν να γνωρίζουν τις καλύτερες τιμές για το κάθε προϊόν με αποτέλεσμα να γλιτώνουν σημαντικά ποσά χρημάτων αν όχι βραχυπρόθεσμα, σίγουρα σε μακροπρόθεσμο επίπεδο.

Επίσης, οι αναγνώστες θα μπορούν να επωφελούνται από ειδικές προσφορές που θα γίνονται γι αυτούς με συνεργασία των σούπερ μάρκετ και των ιδιοκτητών της εφαρμογής. Έτσι θα έχουν ακόμα μεγαλύτερα χρηματικά κέρδη.

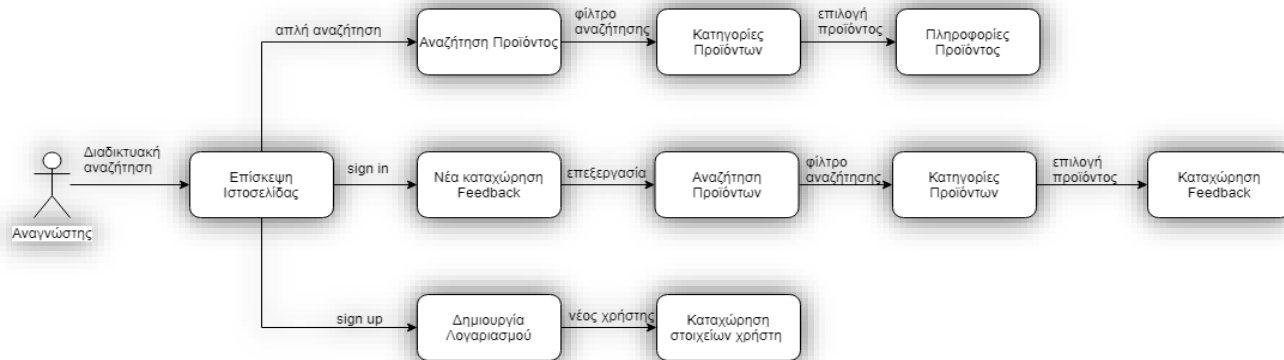
Ακόμη θα κερδίζουν πολύ χρόνο, αφού δε θα χρειάζεται να εμπλέκονται σε χρονοβόρες διαδικασίες έρευνας αγοράς για να αποφασίζουν από ποιο κατάστημα θα αγοράζουν το κάθε προϊόν. Η διαδικασία αυτή θα είναι ιδιαίτερα σύντομη και απλοποιημένη χάρη στην εφαρμογή, καθιστώντας την όλη διαδικασία και ευχάριστη για τους αναγνώστες.

Επιπλέον, οι χρήστες θα έχουν τη δυνατότητα να ανακαλύπτουν άγνωστα μέχρι στιγμής σε αυτούς σούπερ μάρκετ μέσω της εφαρμογής και να πηγαίνουν εύκολα σε αυτά χάρη στην υπηρεσία πλοήγησης της εφαρμογής που θα προσφέρεται σε συνεργασία με το Google Maps.

Τέλος, οι αναγνώστες θα μπορούν να μένουν πιο ικανοποιημένοι από τις αγορές τους καθώς χάρη στα σχόλια των εθελοντών χρηστών για τα διάφορα προϊόντα θα προχωρούν σε συμφέρουσες αγορές σε ό,τι αφορά τη σχέση ποιότητας προϊόντος και τιμής.

##### 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.*



## 2. Αναφορές - πηγές πληροφοριών

Αναφορά σε πηγές πληροφοριών. Αν υπάρχει κάτι που έχει νόημα. Διαφορετικά γράφουμε "N/A".

N/A

## 3. 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)

- Εύρεση καλύτερων τιμών
- Κίνητρα εκπτώσεων
- Σχόλια από άλλους χρήστες – feedback

### 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. Σύνοψη.

Η σημερινή εικόνα δεν περιλαμβάνει ενημέρωση τιμών από εφαρμογές.

## 4. 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

Οι αναγνώστες stakeholders έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες που αφορούν τόσο τις τιμές των προϊόντων σε διάφορα σούπερ μάρκετ όσο και σε ποιοτικά σχόλια – feedback περί αυτών. Επίσης έχουν τη δυνατότητα να

παρέχουν feedback για τα διάφορα προϊόντα εισάγοντας πληροφορίες στις βάσεις δεδομένων της εφαρμογής.

## 4.2 Περιορισμοί

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

Οι απλοί χρήστες έχουν περιορισμένο ρόλο, καθώς δεν μπορούν να κάνουν αλλαγές στη δομή της εφαρμογής (αν και ενδέχεται να προτείνουν βελτιώσεις στους developers) και ούτε μπορούν να επεξεργαστούν τα σούπερ μάρκετ, τα ονόματα και τις τιμές των προϊόντων.

## 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.*

Δείκτη ποιότητας αποτελεί το αν οι τιμές και τα σχόλια ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα, το αν υπάρχουν αρκετά σχόλια για το κάθε προϊόν, καθώς και το αν σχεδόν όλα τα σούπερ μάρκετ συμμετέχουν στην εφαρμογή ώστε η σύγκριση τιμών να είναι πιο πλήρης.

## 5. 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*

Οι αναγνώστες θα επιθυμούσαν και θα βοηθούσαν σημαντικά από τη λειτουργία bots εντός της εφαρμογής τα οποία θα μπορούν να επικοινωνούν με αυτούς με φιλικό προς αυτούς τρόπο μέσω συνομιλίας – chatbox, έτσι ώστε να τους ενημερώνουν για τις διάφορες κατηγορίες προϊόντων που είναι διαθέσιμα ώστε να διευκολύνονται στην αναζήτησή τους.

Μια άλλη λειτουργία που θα επιθυμούσαν οι αναγνώστες να τους παρέχεται είναι ο χρονοπρογραμματισμός των αγορών τους. Αυτό σημαίνει ως κριτήριο πρότασης σούπερ μάρκετ από την εφαρμογή πέρα από τις τιμές να αποτελεί και το ωράριο λειτουργίας των σούπερ μάρκετ καθώς και ο μέσος χρόνος εξυπηρέτησης των πελατών.

## 6. 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.*

α) Δυνατότητα σε εθελοντές να καταγράψουν προσφορές με τις αντίστοιχες πληροφορίες που τις συνοδεύουν.(π.χ. περίοδος που ισχύει, τύπος προϊόντων , τιμες , τοποθεσία )

β) Δυνατότητα από εμάς να αναζητήσουμε προσφορές που θα θέλαμε.

γ) Δυνατότητα εποπτείας των προσφορών απο τους developers για την διαχείριση τους και δυνατότητα εποπτείας των στοιχείων των χρηστών

## 7. Περιορισμοί στο πλαίσιο του έργου

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

Περιορισμός για τους αναγνώστες στο πλαίσιο του έργου είναι το να μη βάζουν ψεύτικα σχόλια σε ό,τι αφορά τα διάφορα προϊόντα.

## 8. Παράρτημα: ακρωνύμια και συντομογραφίες

*Μπορεί να μην υπάρχουν.*

*Θα αναφερόμαστε στην εφαρμογή *online price tracker* ως *OPT*.*