

# **Документ о концепции и границах проекта**

**для**

**Системы PureFood**

**Версия 1.0**

**Подготовлена:**

**Безвиконной Т. А.**

**«FoodInc»**

**2024 год**

## Содержание

|  |   |
|--|---|
| 1. Бизнес-требования .....                               | 3 |
| 1.1. Исходные данные .....                               | 3 |
| 1.2. Возможности бизнеса.....                            | 3 |
| 1.3. Бизнес-цели .....                                   | 3 |
| 1.4. Критерии успеха.....                                | 3 |
| 1.5. Положение о концепции .....                         | 3 |
| 1.6. Бизнес-риски.....                                   | 4 |
| 2. Рамки и ограничения проекта.....                      | 4 |
| 2.1. Основные функции.....                               | 4 |
| 2.2. Состав первого и последующих выпусков системы ..... | 4 |
| 2.3. Ограничения и исключения .....                      | 4 |
| 3. Бизнес-контекст .....                                 | 4 |
| 3.1. Профили заинтересованных лиц .....                  | 4 |
| 3.2. Приоритеты проекта.....                             | 4 |
| 3.3. Особенности развертывания.....                      | 4 |

# **1. Бизнес-требования**

## **1.1. Исходные данные**

На рынке онлайн-магазинов продуктов крупнейшие представители отрасли делают акцент на разнообразии продуктов питания, но не на их качестве. Поэтому главным преимуществом нашего онлайн-магазина будет направленность на исключительно свежие, органические, натуральные и фермерские продукты питания.

## **1.2. Возможности бизнеса**

Покупатели смогут экономить время с помощью нашего магазина, ведь им больше не нужно будет искать лучшие продукты в большом ассортименте каталогов других магазинов, в нашем каталоге будет представлено не более двух схожих товаров. Также все они будут иметь подтвержденное наивысшее качество по натуральности и органичности.

Благодаря сотрудничеству с курьерской службой доставки наш магазин сможет удовлетворять потребности покупателей в доставке продуктов на дом в удобное им время.

## **1.3. Бизнес-цели**

1.3-1 Выйти на окупаемость бизнеса в течение полугода с начала работы системы привилегированных пользователей.

1.3-2 Достичь не менее 1000 зарегистрированных пользователей за первые полгода работы системы.

1.3-3 Добиться признания продукта лучшим по качеству товаров в опубликованных обзорах продуктов к 2025 году.

1.3-4 Освоить 10% рынка к 2025 году.

## **1.4. Критерии успеха**

1.4-1 Коэффициент конверсии пользователей, оплативших заказ, достиг 5% через 3 месяца от начала работы системы.

1.4-2 Служба технической поддержки получает не более 20 негативных отзывов в месяц.

1.4-3 Не менее 95% пользователей, впервые использовавшие систему, смогли зарегистрироваться в системе без помощи оператора службы поддержки.

1.4-4 Не менее 90% пользователей, впервые использовавшие систему, смогли оформить заказ без помощи оператора службы поддержки.

1.4-5 В течение первого месяца работы системы не менее 90% оформленных заказов оказались успешно завершены.

## **1.5. Положение о концепции**

Для людей, предпочитающих органические продукты питания, которые хотят экономить свое время на походы в магазин за продуктами и поиск этих продуктов, данная система PureFood является онлайн-магазином, который обеспечит покупателей проверенным ассортиментом органических продуктов питания и доставкой заказов домой в удобное для них время. В отличие от действующих сейчас онлайн-магазинов со смешанным ассортиментом продуктов, в котором покупателям приходится искать качественные товары среди неорганических и не натуральных, наша система будет содержать в каталоге только органическую и проверенную на соответствие нашим стандартам качества продукцию.

## 1.6. Бизнес-риски

1.6-1 Низкий трафик потенциальных покупателей в систему. (Вероятность = 0,2; ущерб = 8.)

1.6-2 Перебои с поставками продуктов в зависимости от сезона. (Вероятность = 0,4; ущерб = 7.)

## 2. Рамки и ограничения проекта

### 2.1. Основные функции

Смотреть «Спецификацию требований к ПО».

### 2.2. Состав первого и последующих выпусков системы

### 2.3. Ограничения и исключения

2.3-1 На некоторые адреса доставка продуктов не осуществляется.

2.3-2 Действуют ограничения по минимальной сумме заказа.

## 3. Бизнес-контекст

### 3.1. Профили заинтересованных лиц

| Заинтересованное лицо      | Основная ценность   | Отношение  | Основные интересы   | Ограничения                      |
|----------------------------|---|--|---|----------------------------------|
| Владелец бизнеса           | Прибыль от бизнеса  | Контроль и принятие решений, сотрудничество на всех этапах                   | Выручка должна превысить затраты на разработку и использование                      | Не определены                    |
| Покупатели                 | Качественные и доступные продукты, простота использования системы | Хотят пользоваться удобным онлайн-магазином                                  | Гарантированное качество продуктов и удобство заказов                               | Необходимость доступа в интернет |
| Операторы службы поддержки | Удобство и скорость работы в системе                              | Получают актуальную информацию с помощью системы для работы с пользователями | Хорошо выполнять свои трудовые обязанности и достигать максимальных показателей KPI | Не определены                    |
| Администратор системы      | Быстрое редактирование каталога продукции                         | Большая часть работы сконцентрирована на системе                             | Бесперебойная работа системы  | Не определены                    |

### 3.2. Приоритеты проекта

### 3.3. Особенности развертывания

В рамках первой версии необходимо реализовать минимально необходимый набор функций для успешной деятельности сайта онлайн-магазина. В рамках второго выпуска нужно разработать приложения для смартфонов и планшетов под управлением iOS и Android. К моменту готовности второго выпуска все соответствующие изменения должны быть выполнены.