

SPECIFIKACIJA INFORMACIONIH POTREBA DROGERIJE (KOZMETIČKE RADNJE)

Svrha ovog dokumenta je da pruži jasno definisanu specifikaciju koja će služiti za modelovanje konceptualne baze podataka koja će čuvati podatke o drogerijskoj radnji.

Sistem je baziran na drogeriji koja pruža širok spektar kozmetičkih proizvoda. Svaki proizvod pripada odgovarajućoj kategoriji, a svaka kategorija može da sadrži više proizvoda. Kategorija sadrži opis i naziv. Primjeri kategorija su njega kose, njega lica, mirisi, poklon kolekcije, make-up, pribor za šminkanje, pribor za manikir i pedikir, njega tijela, lična higijena itd. Svaki proizvod ima naziv, opis, kategoriju, cijenu, količinu na stanju, sastav i proizvođača, odnosno brend. Brendovi imaju svoj naziv, kontakt, zemlju porijekla i promotere. Postoje i testeri, proizvodi bez cijene a koji služe za testiranje proizvoda. Kupac je osoba koja vrši kupovinu u radnji. Svaka osoba može da kupi više proizvoda, prilikom čega se na kasi generiše račun. Kasa ima više naloga, pri čemu svaki zaposleni radnik ima svoj nalog i može da upravlja kasom i vrši prodaju. Čuvaju se informacije o korištenju kase u toku radnog vremena za svakog zaposlenog. Račun je ključni element u procesu kupovine, pri čemu pružaju kupcima potvrdu o transakcijama, tako što sadrže sve relevantne informacije o kupljenim proizvodima, cijenama, načinu plaćanja, vremenu kupovine. Zaposleni su odgovorni za kvalitetnu uslugu u radnji. Vršiti se evidencija o zaposlenima, pri čemu svaki zaposleni ima ime i prezime, privatne informacije (telefon, adresu), datum zapošljavanja, smjenu u kojoj radi, zaduženja i platu. Dobavljači imaju ulogu u snabdjevanju, osiguravajući da radnja ima dovoljno proizvoda, i nabavljaju robu po nabavnoj cijeni, za neki brend. Zaposleni su i šefovi smjena (odgovorni za pravilno funkcionisanje u toku svoje smjene) i već pomenuti promotori, a zaposleni može da primi robu od dobavljača. Radnja je podijeljena na odjele, koji omogućavaju lakšu navigaciju kroz radnju. Svaki odjel grupiše slične kategorije, čineći iskustvo intuitivnijim. Za svaki odjel postoji nadređeni, koji upravlja određenim odjelom. Da bi se privukli kupci i povećala prodaja, kreiraju se promocije, odnosno popusti za određeni proizvod ili brend. Takođe, postoje poklon bonovi vrijednosti izraženoj u KM, a koji se mogu iskoristiti u radnji kupovinom bilo kojih proizvoda u toj vrijednosti.