# Самостоятельная работа 1

## ИСР 1.1 Список заинтересованных сторон

### Заказчик

Интересы:

1. Получение удобного и эффективного инструмента для управления бронированием рабочих мест
2. Увеличение прибыли за счёт более высокой загрузки коворкинга
3. Получение аналитики для принятия управленческих решений

Влияние: Высокое. Именно заказчик формирует требования к продукту, согласовывает бюджет и сроки, а также принимает итоговое решение о запуске и дальнейшем развитии проекта.

### Администратор коворкинга

Интересы:

1. Удобство управления бронированиями и контроля свободных мест
2. Оперативное внесение изменений в расписание и доступные ресурсы
3. Возможность своевременного оповещения клиентов о наличии, переносе или отмене бронирований

Влияние: Среднее/Высокое. Администратор обеспечивает актуальность данных и непрерывность работы. Его обратная связь существенна при доработках и обновлениях приложения.

### Пользователи (клиенты коворкинга: фрилансеры, небольшие команды, стартапы)

Интересы:

1. Удобный поиск и резервирование рабочих мест
2. Быстрая оплата и простая навигация по системе
3. Надёжность и доступность сервиса в любое время

Влияние: Высокое. Без удовлетворённости пользователей проект утратит ценность. Именно их опыт определяет успешность продукта на рынке.

### Команда разработки

Интересы:

1. Чёткое техническое задание и достаточные ресурсы для реализации
2. Соблюдение сроков, возможностей и требований по качеству
3. Получение обратной связи от заказчика и пользователей для улучшения продукта

Влияние: Среднее. Способность команды качественно и своевременно выполнять задачи определяет соответствие приложения заявленным требованиям.

### Маркетинговый отдел (или подрядчики, занимающиеся продвижением)

Интересы:

1. Успешное продвижение продукта среди целевой аудитории
2. Привлечение новых клиентов и повышение узнаваемости коворкинга
3. Подготовка маркетинговой стратегии и аналитики пользовательских данных

Влияние: Среднее. Успешный маркетинг обеспечивает приток клиентов и влияет на темпы роста сервиса, но маркетологи зависят от готовности и качества технического решения.

### Инвесторы

Интересы:

1. Возврат инвестиций и получение прибыли
2. Положительная динамика показателей (рост числа бронирований, масштабирование рынка)
3. Контроль рисков и стабильная бизнес-модель

Влияние: Высокое. Инвесторы могут влиять на бюджет, сроки и ключевые стратегические решения. Их удовлетворённость результатом важна для дальнейшего финансирования развития проекта.

### Провайдеры платёжных систем

Интересы:

1. Стабильная и корректная интеграция в веб-приложение
2. Соблюдение требований безопасности и защищённости платежей
3. Высокая пропускная способность при увеличении количества транзакций

Влияние: Низкое/Среднее. Условия интеграции и требования по безопасности часто регламентируются самими провайдерами, и если их не соблюдать, платежи станут недоступны, что напрямую отразится на доходах и удобстве пользователей.

### Специалисты службы поддержки

Интересы:

1. Наличие удобных инструментов для поиска информации о бронированиях и учётных записей клиентов
2. Минимизация количества жалоб и обращений благодаря качественному продукту
3. Своевременное получение уведомлений о возможных сбоях или ошибках

Влияние: Среднее. Их обратная связь помогает оперативно решать проблемы и улучшать продукт, но степень влияния во многом зависит от организационной структуры.

### Регуляторы и контролирующие органы (в случаях, когда требуется сертификация, соблюдение стандартов по защите данных)

Интересы:

1. Соблюдение всех правовых норм при обработке персональных и платёжных данных
2. Соответствие правилам и стандартам безопасности (например, PCI DSS при работе с платежами)

Влияние: Низкое/Среднее. При несоблюдении регуляторных требований проект может быть оштрафован или ограничен в работе, что критически сказывается на репутации и финансовых показателях.

## ИСР 1.2 Риски и возможные последствия

| **Риск** | **Последствия** |
| --- | --- |
| Недостаточное количество пользователей | Сокращение финансовых поступлений, низкая рентабельность приложения и замедление дальнейшего развития проекта |
| Технические сбои и проблемы с производительностью | Снижение удовлетворённости клиентов, потеря репутации и рост расходов на исправление ошибок |
| Проблемы с интеграцией платежных систем | Потеря части потенциальных клиентов, риск сбоев при оплате и недоверие к безопасности финансовых операций |
| Высокая конкуренция на рынке бронирования | Трудности в привлечении пользователей, рост затрат на маркетинг и необходимость постоянного совершенствования функционала |

## 

## ВСР 1.1 Оценка задач по методу “T-Shirt Sizes”

| **Этап** | **Задача** | **Трудоемкость** |
| --- | --- | --- |
| Этап 1. Анализ и планирование | Исследование рынка и анализ потребностей целевой аудитории | M |
| Сбор требований и составление функциональной спецификации | S |
| Этап 2. Дизайн и прототипирование | Разработка UX/UI дизайна приложения | L |
| Создание интерактивного прототипа и первичное тестирование с пользователями | S |
| Этап 3. Разработка | Разработка фронтенд части (интерфейс, адаптивный дизайн) | XL |
| Разработка бэкенд части (серверная логика, базы данных) | XL |
| Интеграция платёжных систем и обеспечение безопасности транзакций | S |
| Проведение модульного и интеграционного тестирования, устранение ошибок | M |
| Этап 4. Запуск и маркетинг | Развертывание приложения на сервере, настройка инфраструктуры | S |
| Запуск маркетинговой кампании и привлечение первых пользователей | L |