
Dokument wizji i zakresu

for

IO_kino

Version 1.0 approved

Prepared by Łukasz Niemczyk

**Zespół: Michał Bednarczyk, Łukasz Niemczyk, Tomasz Kosmulski,
Georgii Stanishevskii, Miraslau Douher**

18.06.2023

1. Wymagania biznesowe

Głównym założeniem aplikacji jest umożliwienie klientom rezerwowanie biletów na seanse w kinie. W tym celu program powinien pozwalać na łatwy odczyt oferty kina przez użytkownika oraz możliwość aktualizowania informacji o ofercie w bazie danych przez administratora.

Klient ma mieć dostęp do szczegółowych informacji o filmach i seansach dostępnych aktualnie w kinie. Powinien być również zachęcany poprzez wyszczególnienie najpopularniejszych filmów w repertuarze kina oraz dostęp do oceny filmu i recenzji innych użytkowników. Od aplikacji wymaga się zebrania danych osobowych i kontaktowych pozwalających na odebranie rezerwacji.

Administrator musi posiadać narzędzia wglądu do tych informacji oraz zapisywania w bazie danych, poza informacjami o ofercie kina, również spisu sal i osób za nie odpowiedzialnych. Kino wymaga automatycznego generowania raportu o sprzedaży biletów.

2. Analiza zagrożeń i ryzyka

- *zespół podejmuje się projektu bez wcześniejszej znajomości biblioteki Flask do języka Python, zatem czas poświęcony na pisanie aplikacji może zostać niedoszacowany*
- *wymagania biznesowe nie pochodzą od realnego klienta, zatem ostateczna wersja programu może okazać się wybrakowana lub niedopasowana do realnych zapotrzebowań rynku*
- *jest to pierwszy wspólny projekt członków zespołu, przez co trzeba założyć dłuższy czas wykonania, który będzie musiał zostać poświęcony na opracowanie zasad współpracy*
- *czas oddania projektu wypada podczas okresu, w którym członkowie zespołu będą mieli dużo innych obowiązków, zatem zaleca się wcześniejsze zadbanie o największe fragmenty pracy*
- *w następnym punkcie opisano zagrożenia wynikające z sytuacji na rynku*

3. Kontekst biznesowy

1) Popularność kin

Kina pozostają jedną z najpopularniejszych form rozrywki, według „Badania Założycielskiego” z 7.7.2022 do kina w przeciągu poprzedzających 12 miesięcy wybrało się 27,9% respondentów co znacząco przewyższa wyniki koncertów (11,3%), teatrów (4,8%) i oper (1,9%). Dla osób w wieku 16-24 lata ten procent wzrasta do 58,8%.

To nie oznacza, że te wyniki są stabilne, chociażby pandemia COVID-19 pokazała, że jeżeli widzów zmusimy do szukania alternatyw to mogą nie być tak chętni do powrotu przed duże ekrany. Z badań Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej możemy odczytać, że przed pandemią raz w miesiącu kino odwiedzało średnio 44% Polaków co spadło do 20% po trzech falach COVID-19. Zatem

można wnioskować, że popularność kin będzie spadać, a coraz więcej ludzi będzie się decydowało na usługi platform streamingowych. Jednak na ten moment wciąż jest spora grupa odbiorców gotowa korzystać z usług kin.

2) Serwisy internetowe

Spośród osób, które decydują się na pójście do kina spora część (jak podano w badaniu wyżej) to są osoby w wieku 16-24. Wykorzystywanie serwisów internetowych dla tej grupy wiekowej zaczyna być czymś oczywistym. Dostęp do zakupów online zaczyna być standardem w wielu branżach, w tym w filmowej. Możemy zatem wnioskować, że projekt jest przydatny a nawet konieczny dla funkcjonowania kina na konkurencyjnym rynku.