

Релиз 3

Оценка приоритетов

Для оценки будем использовать $WSJF = \text{Стоимость Задержки (CoD)} / \text{Размер работы (Job Size)}$, где $\text{CoD} = \text{Пользовательская ценность} + \text{Ценность снижения рисков} + \text{Ценность создания новых возможностей}$. Оценки будем давать по относительной шкале Фибоначчи (1, 2, 3, 5, 8, 13), где 1 — очень низкое значение, а 13 — очень высокое.

- **Оценка Планируемых результатов**

- Система оценок и отзывов в карточке купленных товаров, отображение этого в карточке кондитера
 - Пользовательская ценность (8): Критически важна для построения доверия между покупателями и кондитерами. Покупатели не будут рисковать деньгами без отзывов. Это прямо влияет на конверсию в заказы
 - Ценность снижения рисков (5): Без отзывов высок риск, что пользователи будут недовольны отсутствием социального доказательства и уйдут с платформы
 - Ценность создания новых возможностей (5): Открывает путь для рейтингов, систем рекомендаций (на основе отзывов) и для программ поощрения кондитеров
 - Размер работы (8): Нужно создать новые сущности в БД (отзыв, рейтинг), API для их создания/чтения, интерфейсы для отображения и ввода
 - Итого: $WSJF = (8 + 5 + 5) / 8 = 18 / 8 = 2,25$
- Автоматическое составление оценки кондитера из оценок всех его карточек товаров
 - Пользовательская ценность (5): Важная, но вторичная функция. Упрощает восприятие репутации кондитера
 - Ценность снижения рисков (3): Без этого рейтинг будет неполным, но система отзывов сможет работать и без агрегации
 - Ценность создания новых возможностей (3): Позволяет ввести сортировку по рейтингу кондитеров, а также рекомендацию кондитеров по рейтингам
 - Размер работы (3): Относительно небольшая задача. Это бэкенд-логика, которая агрегирует существующие данные. Не требует сложных изменений в интерфейсе
 - Итого: $WSJF = (5 + 3 + 3) / 3 = 11 / 3 = 3,67$
- Система оценки покупателей кондитерами (но до этого ты не видишь их оценку об купленном товаре, и только после можешь посмотреть)
 - Пользовательская ценность (3): Полезная функция для кондитеров, чтобы оценивать надежность клиентов. Но для покупателей это имеет меньшую ценность на старте
 - Ценность снижения рисков (3): Снижает риски для кондитеров попасть на сложного или неадекватного клиента
 - Ценность создания новых возможностей (3): Открывает возможность ввести репутацию покупателя, на основе которой кондитеры могут принимать или отклонять заказы
 - Размер работы (5): Аналогично системе отзывов, но с другой бизнес-логикой (кто кого может оценивать и когда). Нужны новые экраны и права доступа
 - Итого: $WSJF = (3 + 3 + 3) / 5 = 9 / 5 = 1,8$

- Push уведомления у кондитера о получение нового заказа
 - Пользовательская ценность (5): Очень важна для оперативности кондитеров. Прямо влияет на скорость обработки заказов и удовлетворенность как кондитеров, так и покупателей
 - Ценность снижения рисков (5): Снижает риск пропущенного заказа и недовольства клиентов из-за долгого ожидания подтверждения
 - Ценность создания новых возможностей (8): Создает инфраструктуру для всех будущих Push-уведомлений в системе
 - Размер работы (8): Интеграция с сервисом для Push-уведомлений, настройка серверной логики их отправки
 - Итого: $WSJF = (5 + 5 + 8) / 8 = 18 / 8 = 2,25$
- Push уведомления у пользователя на изменения статуса заказа
 - Пользовательская ценность (5): Повышает прозрачность и удобство для пользователя
 - Ценность снижения рисков (3): Снижает количество обращений в поддержку
 - Ценность создания новых возможностей (3): Использует уже созданную в предыдущем пункте инфраструктуру, поэтому ценность ниже, но все еще значимая так как это первое применение на покупателей
 - Размер работы (5): Размер меньше, чем при создании инфраструктуры "с нуля", так как можно использовать уже настроенные сервисы. Но требует реализации на клиенте для пользователя и новой логики отправки на бэкенде
 - Итого: $WSJF = (5 + 3 + 3) / 5 = 11 / 5 = 2,2$
- Оптимизация работы с корзиной и с заказами для увеличения скорости отклика этих ключевых запросов
 - Пользовательская ценность (8): Прямо влияет на конверсию. Медленная корзина = потерянные заказы. В релизе 2 были проблемы, поэтому ценность крайне высока
 - Ценность снижения рисков (13): Критически важно. В релизе 2 из-за низкой скорости пострадали бизнес-метрики. Риск невыполнения SLA и потери пользователей очень высок
 - Ценность создания новых возможностей (4): Улучшает общую производительность платформы
 - Размер работы (5): Оптимизация — это точечная работа: анализ узких мест, переписывание запросов, кеширование. В зависимости от проблемы, может быть, как быстрым, так и чуть более долгим, поэтому оценим средним значением
 - Итого: $WSJF = (8 + 13 + 4) / 5 = 25 / 5 = 5,0$
- **Из-за черного лебедя требуется добавить в релиз срочную фичу**
 - Возможность поделиться профилем кондитера или карточкой товара в соц. сетях
 - Пользовательская ценность (4): Безусловно полезная функция для роста и маркетинга. Однако на этапе MVP, когда база пользователей и кондитеров еще невелика, ее ценность ниже, чем у функций, напрямую влияющих на доверие и совершение заказов (как отзывы).
 - Ценность снижения рисков (5): Руководство требует — это всегда высокий риск. Есть риск конфликта, невыполнения плана и потери доверия в команде. Это "срочный" риск, а не стратегический.

- Ценность создания новых возможностей (3): Открывает канал для органического привлечения трафика. Потенциал есть, но он сильно зависит от того, чем будут делиться в соц. сетях
- Размер работы (3): Может потребоваться нативная интеграция для мобильного приложения. В целом, задача не самая сложная, особенно если использовать готовые библиотеки
- Итого: $WSJF = (4 + 5 + 3) / 3 = 12 / 3 = 4,0$

• **Таблица приоритетов**

Планируемый результат	WSJF	Приоритет
Оптимизация работы с корзиной и с заказами для увеличения скорости отклика этих ключевых запросов	5,0	1
Возможность поделиться профилем кондитера или карточкой товара в соц. сетях	4,0	2
Автоматическое составление оценки кондитера из оценок всех его карточек товаров	3,67	3
Система оценок и отзывов в карточке купленных товаров, отображение этого в карточке кондитера	2,25	4
Push уведомления у кондитера о получение нового заказа	2,25	5
Push уведомления у пользователя на изменения статуса заказа	2,2	6
Система оценки покупателей кондитерами (но до этого ты не видишь их оценку об купленном товаре, и только после можешь посмотреть)	1,8	7

• **Чем можно пожертвовать?**

- Логика выбора:
 - Нельзя трогать оптимизацию корзины, так как это основа для всех транзакций
 - Желательно не трогать систему оценок/отзывов, так как это ядро доверия и основная цель релиза
 - Лучший кандидат на вынос — задачи с низким WSJF и/или те, которые являются "надстройкой" над основным функционалом
- Таким образом, лучшие кандидаты на вынос в Релиз 4:
 - Push уведомления у кондитера о получение нового заказа (WSJF 2,25)
 - Push уведомления у пользователя на изменения статуса заказа (WSJF 2,2)
- Почему это хорошие кандидаты:
 - Это инфраструктурные улучшения и удобства. Система сможет функционировать без них (заказы будут, но подтверждаться и отслеживаться медленнее). Их можно без критических потерь перенести на следующий релиз
 - Push уведомления у кондитера о получении нового заказа - это самая объемная задача (размером 8) среди кандидатов. Ее перенос освободит значительные ресурсы

Расчёт ключевых показателей релиза

• **ТСО**

- Затраты на разработку (Оплата труда):
 - Квартальный ФОТ: 2 059 200 руб.
 - За 2 недели (~1/6 квартала): $2\,059\,200 / 6 \approx 343\,200$ руб.
- Затраты на инфраструктуру (Аренда сервера):

- Квартальная аренда: 150 000 руб.
 - За 2 недели: $150\,000 / 6 = 25\,000$ руб.
 - Прочие затраты (Счёт, бухгалтерия):
 - Квартальные расходы: 15 000 руб.
 - За 2 недели: $15\,000 / 6 = 2\,500$ руб.
 - Затраты на маркетинг:
 - Весь квартальный бюджет (200 000 руб.) мог быть потрачен не равномерно, но в контексте релиза разумно предположить, что часть маркетинга приходилась на период запуска
 - Возьмем для расчета 50% квартального бюджета, как направленные на поддержку и продвижение этого и предыдущих релизов
 - $200\,000 * 0.5 = 100\,000$ руб
 - Итого, рассчитываем TCO для Релиза 3:
 - $TCO = \text{Оплата труда} + \text{Аренда сервера} + \text{Бухгалтерия} + \text{Маркетинг}$
 - $TCO = 343\,200 + 25\,000 + 2\,500 + 100\,000 = 470\,700$ руб.
- CPU
 - В контексте данного релиза за Unit логичнее всего считать один успешный заказ, так как именно вокруг заказов строится почти весь функционал
 - Количество заказов: Из метрик известно, что целевой показатель — в среднем 5 заказов в неделю для одного кондитера
 - Период: 2 недели
 - Общее количество заказов: $5 \text{ заказов/неделю} * 200 \text{ кондитеров} * 2 \text{ недели} = 2000$ заказов
 - Итого, рассчитываем CPU для Релиза 3:
 - $CPU = TCO / \text{Количество заказов} = 470\,700 / 2000 = 235,35$ руб.
- ROI
 - Подписки кондитеров:
 - Квартальные доходы: 120 000 руб.
 - За 2 недели: $120\,000 / 6 = 20\,000$ руб.
 - Процент с заказа (с учетом устранения долга количество заказов достигло нужного значения):
 - Общее количество заказов: $5 \text{ заказов/неделю} * 200 \text{ кондитеров} * 2 \text{ недели} = 2000$ заказов
 - Средняя стоимость заказа: 4 100 руб.
 - Процент за 2 недели: $2000 * 4\,100 * 0,05 = 410\,000$ руб.
 - Увеличение конверсии (из-за прозрачности по отзывам):
 - Квартальные доходы от заказов: 204 900 руб.
 - Дополнительная выгода: $204\,900 * 0,05 = 10\,245$ руб.
 - Итого, рассчитываем ROI для Релиза 3:
 - $\text{Выгода} = 20\,000 + 410\,000 + 10\,245 = 440\,245$ руб.
 - $ROI = ((\text{Выгода} - TCO) / TCO) * 100\% = -6,47\%$

Изменения в Релизе 4 (и далее), чтобы улучшить метрики и стабильность

- Перейти на другого провайдера, либо использовать мульти-облачную стратегию (но не понятно, потянем ли по деньгам)
- Добавить этап Security Review, для того, чтобы уменьшать технический долг, переходящий из релиза в релиз
- Увеличить запас по некоторым тяжелым техническим метрикам
- Внедрить чат-бота для поддержки для разгрузки операторов