# Uvod

U ovom poglavlju će biti opisana studija izvodljivosti za projekt "Mali oglasnik". Studija izvodljivosti ima svrhu analizirati izvedivost i potencijalni uspjeh projekta.

Pozadina predloženog projekta "Mali oglasnik" temelji se na potrebi za platformom koja omogućava pojedincima, tvrtkama i organizacijama da objavljuju i pregledavaju male oglase na jednostavan i efikasan način. S obzirom na brzi razvoj digitalne tehnologije i rastući trend korištenja interneta u svakodnevnom životu, postoji velika potražnja za ovakvom vrstom online oglašavanja.

Metodologija korištena za predstavljanje studije izvodljivosti uključuje detaljnu analizu tržišta, konkurencije, ciljne publike i tehničkih aspekata projekta. Također su provedena istraživanja potencijalnih korisnika kako bi se dobile povratne informacije i procijenila njihova zainteresiranost za ovakvu vrstu platforme.

Studija izvodljivosti koristi relevantne reference i materijale kako bi se prikupile relevantne informacije i podaci. Ove reference uključuju istraživačke izvore, stručne časopise, publikacije i relevantne statističke podatke o oglašavanju i e-trgovini.

## Svrha

Svrha studije izvedljivosti na temu "Mali oglasnik" je detaljno analizirati mogućnosti, izazove i potencijalni uspjeh projekta. Cilj je procijeniti održivost i izvedivost projekta kako bi se donijele informirane odluke o daljnjem razvoju i provedbi.

Studija će pružiti dublji uvid u tržište online oglašavanja i konkurenciju te identificirati ključne čimbenike uspjeha za projekt "Mali oglasnik". Analizirat će se ciljna publika, njihove potrebe i preferencije te se procijeniti potencijalna zainteresiranost korisnika za ovakvu vrstu platforme.

Metodologija studije uključuje istraživanje i analizu relevantnih informacija, kao što su statistički podaci, istraživački izvori, stručni časopisi i publikacije. Također će se provesti istraživanje među potencijalnim korisnicima kako bi se prikupile povratne informacije i procijenila njihova percepcija i potrebe u vezi s "Malim oglasnikom".

Na temelju rezultata studije, donositelji odluka će moći procijeniti ekonomsku, tehničku i operativnu izvedivost projekta. Također će se identificirati potencijalni rizici i izazovi te će se razmotriti mogućnosti za prevladavanje tih prepreka.

Kroz studiju izvedljivosti, bit će moguće donijeti informirane odluke o daljnjem napredovanju projekta "Mali oglasnik", kao i utvrditi strategiju i planove za provedbu projekta s ciljem postizanja uspjeha na tržištu online oglašavanja.

## Metodologija

Za predstavljanje studije izvodljivosti projekta "Mali oglasnik" korištena je odgovarajuća metodologija koja obuhvaća nekoliko ključnih koraka i analitičkih pristupa. Evo pregleda metodologije korištene u ovoj studiji izvodljivosti:

1. Analiza tržišta: Provedena je temeljita analiza tržišta kako bi se razumjelo okruženje u kojem će "Mali oglasnik" funkcionirati. To uključuje istraživanje potražnje za online oglašavanjem, identifikaciju ciljnih skupina i konkurencije. Analizirani su trendovi, rastuće potrebe korisnika i očekivane promjene na tržištu.
2. Istraživanje ciljne publike: Provedeno je istraživanje među potencijalnim korisnicima kako bi se dobila dublja saznanja o njihovim potrebama, preferencijama i očekivanjima od "Malog oglasnika". Prikupljeni su podaci o njihovim navikama oglašavanja, preferiranim kategorijama oglasa i njihovoj percepciji online platformi.
3. Tehnička analiza: Provedena je detaljna tehnička analiza koja je obuhvatila procjenu potrebnih tehnoloških resursa, infrastrukture i rješenja za razvoj i održavanje platforme. Razmatrane su mogućnosti skalabilnosti, sigurnosti podataka, integracija s drugim sustavima i prilagodljivost platforme budućim promjenama.
4. Financijska analiza: Izvršena je financijska analiza koja je uključivala procjenu troškova i prihoda projekta. Razmatrani su aspekti kao što su troškovi razvoja, marketinga, održavanja i podrške, kao i projekcije prihoda od oglašavanja ili drugih izvora. Ova analiza je omogućila procjenu financijske izvedivosti projekta i očekivanog povrata ulaganja.
5. Rizici i prepreke: Identificirani su potencijalni rizici i prepreke koje mogu utjecati na uspješnost projekta. Analizirani su faktori kao što su konkurencija, promjene na tržištu, tehnološki izazovi i zakonski okviri. Uz to, razmotrene su strategije za minimiziranje rizika i prevladavanje prepreka.
6. Procjena održivosti: Na temelju prikupljenih podataka i analiza, provedena je sveobuhvatna procjena održivosti projekta "Mali oglasnik". Uzimajući u obzir tržišne uvjete, financije.

## Reference

Za provođenje studije izvodljivosti projekta "Mali oglasnik" korišteni su razni izvori informacija i materijala. Evo nekoliko primjera takvih izvora:

1. Istraživački izvori: Koristili su se relevantni istraživački izvori, poput akademskih radova, istraživanja tržišta i industrijskih analiza vezanih za područje oglašavanja, e-trgovine, digitalne platforme i slično. Ovi izvori pružaju stručne uvide, statističke podatke i trendove koji su relevantni za projekt.
2. Stručni časopisi i publikacije: Korišteni su relevantni stručni časopisi, publikacije i industrijske knjige koje se bave temama poput oglašavanja, digitalnog marketinga, internetskih platformi i slično. Ovi izvori pružaju napredne informacije i perspektive iz industrije.
3. Statistički podaci: Korišteni su statistički podaci iz pouzdanih izvora kao što su istraživačke agencije, vladine organizacije i industrijska istraživanja. Ti podaci mogu obuhvaćati informacije o veličini tržišta, rastu industrije, potrošačkim preferencijama, demografskim trendovima i drugim relevantnim faktorima.
4. Internetski izvori: Pristupili su se relevantnim web stranicama, portalima i blogovima koji pružaju informacije o oglašavanju, tehnologiji, e-trgovini i sličnim područjima. Ti izvori mogu uključivati ​​novosti, stručne članke, istraživanja i studije slučaja.

# Opće informacije

Trenutno korištene procedure za projekt "Mali oglasnik" mogu uključivati ručne ili automatizirane radnje, ovisno o specifičnim potrebama i zahtjevima projekta. Evo primjera opisa nekoliko takvih procedura:

1. Postupak objavljivanja oglasa: Korisnicima je omogućeno ručno objavljivanje oglasa putem korisničkog sučelja. Procedura uključuje korake kao što su odabir relevantne kategorije oglasa, unos opisa, dodavanje fotografija ili drugih medijskih sadržaja, te specificiranje kontaktnih podataka. Ovaj postupak provode korisnici samostalno putem web sučelja projekta.
2. Pretraživanje oglasa: Korisnicima je omogućeno pretraživanje oglasa putem web sučelja. Automatizirani algoritmi obrađuju korisničke upite i prikazuju relevantne rezultate prema zadanim kriterijima kao što su ključne riječi, kategorije ili lokacije oglasa. Ovaj postupak se izvršava neposredno nakon unosa upita od strane korisnika.
3. Moderacija oglasa: Oglasi koji su objavljeni prolaze kroz proces moderacije kako bi se osiguralo da zadovoljavaju određene smjernice i uvjete projekta. Moderatori provjeravaju oglase u pogledu prihvatljivosti sadržaja, točnosti informacija i usklađenosti s pravilima projekta. Ovaj postupak može biti ručno izvođen od strane tima moderiranja.
4. Praćenje aktivnosti i analitika: Automatizirani sustavi prikupljaju podatke o aktivnostima korisnika na platformi, poput broja pregleda oglasa, klikova ili interakcija s oglasima. Ove informacije koriste se za generiranje analitičkih izvješća i uvida o uspješnosti oglasa i performansama platforme.
5. Korisnička podrška: Korisnicima je pružena mogućnost kontaktiranja korisničke podrške putem različitih kanala, kao što su e-pošta ili chat. Ova procedura uključuje tim stručnjaka koji pružaju pomoć korisnicima, odgovaraju na njihova pitanja, rješavaju probleme i pružaju tehničku podršku.

Važno je napomenuti da se konkretni opisi procedura mogu razlikovati ovisno o implementaciji projekta "Mali oglasnik" i specifičnim tehničkim rješenjima koja su primijenjena.

## Trenutni sustav i procesi

Za projekt "Mali oglasnik" postojeći sustavi i automatizirani poslovni procesi mogu biti raznoliki, ovisno o specifičnoj implementaciji projekta. Evo opisa nekoliko mogućih sustava i automatiziranih poslovnih procesa:

1. Sustav za upravljanje korisnicima: Ovaj sustav omogućuje registraciju korisnika, upravljanje njihovim profilima, prijavu i sigurnost podataka. Automatizirani procesi uključuju provjeru i validaciju korisničkih podataka, generiranje korisničkih računa i upravljanje pristupom.
2. Sustav za objavljivanje oglasa: Automatizirani procesi omogućuju korisnicima da samostalno objavljuju oglase putem korisničkog sučelja. Ovi procesi uključuju validaciju unesenih podataka, obradu medijskih sadržaja (fotografije, videozapisi itd.), dodjelu kategorija i generiranje jedinstvenih identifikatora oglasa.
3. Sustav za pretraživanje oglasa: Ovaj sustav automatski obrađuje korisničke upite za pretraživanje oglasa. To može uključivati ​​algoritme pretraživanja koji analiziraju unesene ključne riječi, kategorije ili druge kriterije kako bi pružili relevantne rezultate. Automatizirani procesi također omogućuju indeksiranje oglasa i ažuriranje rezultata pretraživanja.
4. Sustav za moderaciju oglasa: Moderacija oglasa može se provoditi kroz automatizirane procese i ručni pregled. Automatizirani procesi mogu koristiti algoritme za detekciju neprimjerenog sadržaja ili kršenje smjernica projekta. Nakon toga, moderatori mogu ručno pregledavati sumnjive oglase i donositi odluke o njihovoj prihvatljivosti.
5. Sustav korisničke podrške: Automatizirani procesi mogu uključivati ​​upravljanje upitima korisnika i dodjelu prioriteta. Na primjer, sustav za korisničku podršku može automatski generirati slučajeve podrške na temelju primljenih

### Stvarna okolina

Stvarna okolina koja se koristi u trenutnom sustavu projekta "Mali oglasnik" može varirati ovisno o specifičnoj implementaciji projekta. Općenito, okolina uključuje sklopovsku i programsku opremu potrebnu za funkcionalnost i podršku sustava. Evo općeg opisa moguće okoline:

Sklopovska oprema:

1. Serveri: Koriste se fizički ili virtualni poslužitelji za hosting platforme "Mali oglasnik". Ovi serveri pružaju prostor za pohranu podataka i izvršavanje potrebnih aplikacija.
2. Baza podataka: Koristi se server s odgovarajućom baza podataka za pohranu i upravljanje podacima o oglasima, korisnicima i ostalim relevantnim informacijama.
3. Mrežna oprema: Oprema poput usmjerivača, prekidača i firewalla osigurava mrežnu povezanost i sigurnost sustava.
4. Pohrana podataka: Koristi se diskovni sustav ili računalni resursi za pohranu podataka oglasnika, uključujući slike, videozapise i druge medijske sadržaje oglasa.

Programski sustav:

1. Operativni sustav: Ovisno o arhitekturi sustava, mogu se koristiti operativni sustavi poput Linuxa, Windowsa ili drugih za upravljanje hardverom i pružanje osnovnih usluga.
2. Web poslužitelj: Kao primarni poslužiteljski softver, koristi se web poslužitelj poput Apachea, NGINX-a ili IIS-a za obradu HTTP zahtjeva i isporuku web stranica korisnicima.
3. Programski jezici i okviri: Ovisno o tehničkim specifikacijama projekta, mogu se koristiti programski jezici kao što su Python, JavaScript, PHP ili Ruby, zajedno s odgovarajućim okvirima za razvoj web aplikacija.
4. Baza podataka: Mogu se koristiti relacijske baze podataka poput MySQL-a, PostgreSQL-a ili Microsoft SQL Servera za pohranu i upravljanje podacima oglasa, korisnika i drugih relevantnih informacija.
5. Sigurnost i autentikacija: Moguće je implementirati sigurnosne protokole poput SSL/TLS certifikata za šifriranje podataka i autentikaciju korisnika putem sustava kao što su OAuth ili JWT (JSON Web Tokens).
6. Alati za razvoj: Korištenje razvojnih alata poput integriranih razvojnih okruženja (IDE), sustava za upravljanje verzijama (poput Git-a).

### Organizacija koja koristi sustav

Organizacija koja će koristiti sustav ili poslovne procese projekta "Mali oglasnik" može biti bilo koja entitet koja se bavi oglašavanjem, prodajom ili promocijom proizvoda i usluga. Ova organizacija može biti:

1. Oglasna agencija: Oglasne agencije pružaju usluge oglašavanja i promocije za svoje klijente. Koristeći sustav "Mali oglasnik", mogu objavljivati oglase svojih klijenata na platformi kako bi dosegnuli ciljanu publiku.
2. E-trgovci: Online trgovci mogu koristiti "Mali oglasnik" za promociju svojih proizvoda ili usluga. Mogu objavljivati oglase koji sadrže informacije o proizvodima, cijenama, popustima i drugim relevantnim detaljima kako bi privukli potencijalne kupce.
3. Male i srednje tvrtke: Male i srednje tvrtke mogu iskoristiti "Mali oglasnik" kao platformu za promociju svojih usluga ili proizvoda. Ova organizacija može objavljivati oglase kako bi privukla lokalne kupce i povećala svoju vidljivost na tržištu.
4. Neovisni prodavači: Neovisni prodavači ili poduzetnici mogu koristiti "Mali oglasnik" za promociju i prodaju svojih proizvoda ili usluga. Mogu se koristiti platformom za dostizanje šire publike i povećanje prodaje.
5. Korisnici usluga: Potencijalni kupci ili korisnici usluga također su dio organizacije koja koristi "Mali oglasnik". Oni koriste platformu za pretraživanje i pregled oglasa kako bi pronašli proizvode ili usluge koje odgovaraju njihovim potrebama.

## Ciljevi sustava

Predloženi sustav je online platforma koja omogućuje korisnicima objavljivanje, pretraživanje i pregled malih oglasa. Sustav ima sljedeće ciljeve:

1. Omogućiti korisnicima jednostavno objavljivanje oglasa.
2. Pružiti korisnicima učinkovit način pretraživanja oglasa.
3. Osigurati sigurnu i pouzdanu platformu.

Najveći zahtjevi s kojima će se sustav suočiti su:

1. Skalabilnost: Sustav treba biti sposoban nositi se s rastućim brojem korisnika. Treba biti dizajniran i implementiran tako da se može prilagoditi opterećenju bez gubitka performansi.
2. Brza obrada i isporuka podataka.

Dijelovi sustava koji su potpuno automatizirani:

* Proces objavljivanja oglasa: Korisnici mogu samostalno objavljivati oglase bez potrebe za intervencijom osoblja.
* Pretraživanje oglasa: Korisnici mogu koristiti alat za pretraživanje koji će automatski prikazivati rezultate na temelju njihovih upita.

Dijelovi sustava koji se ručno izvode:

* Moderacija oglasa: Oglasi mogu proći proces moderacije kako bi se osiguralo da ispunjavaju smjernice i da ne sadrže neprimjeren sadržaj. Moderatori će pregledati i potvrditi oglase prije nego budu javno objavljeni.
* Korisnička podrška.

## Pretpostavke i ograničenja

Pretpostavke i ograničenja koja mogu imati utjecaj na predloženi sustav "Mali oglasnik" uključuju sljedeće:

* Pristup internetu: Sustav "Mali oglasnik" će zahtijevati pristup internetu kako bi korisnici mogli objavljivati oglase, pretraživati ih i pregledavati. Ograničenja u pristupu internetu, kao što su spor ili nestabilan internet, mogu utjecati na korisničko iskustvo i funkcionalnost sustava.
* Tehničke specifikacije korisničkih uređaja: Funkcionalnost sustava može biti ograničena tehničkim specifikacijama korisničkih uređaja. Na primjer, stariji uređaji ili uređaji s ograničenim resursima mogu imati poteškoća u pokretanju ili prikazu sustava na optimalan način.
* Kompatibilnost preglednika: Sustav "Mali oglasnik" će biti optimiziran za određene web preglednike. Ograničenja u kompatibilnosti preglednika mogu rezultirati nekompatibilnim prikazom ili smanjenom funkcionalnošću sustava na određenim preglednicima.
* Podržane jezike: Ovisno o ciljnoj publici, sustav može biti ograničen na određene podržane jezike. Ograničenja u podršci za različite jezike mogu utjecati na dostupnost i upotrebljivost sustava za korisnike koji koriste nepodržane jezike.
* Sigurnosni zahtjevi: Sustav će morati zadovoljavati sigurnosne standarde kako bi se zaštitili korisnički podaci i spriječile zloupotrebe. Ograničenja u sigurnosnim zahtjevima mogu zahtijevati dodatne mjere sigurnosti, što može utjecati na funkcionalnost ili performanse sustava.

# Alternative

* Razvoj vlastitog sustava: Organizacija može razviti vlastiti sustav "Mali oglasnik" koristeći interni tim programera i resurse. Prednosti ove alternative uključuju potpunu kontrolu nad sustavom, prilagodljivost specifičnim potrebama organizacije i smanjenje ovisnosti o vanjskim dobavljačima. Međutim, mane uključuju veći početni trošak razvoja, veću složenost u održavanju i potencijalnu sporiju implementaciju u usporedbi s korištenjem gotovih rješenja.
* Kupnja gotovog softverskog rješenja: Organizacija može kupiti gotovo softversko rješenje za mali oglasnik od vanjskog dobavljača. Prednosti ove alternative uključuju bržu implementaciju, podršku od strane dobavljača, veću vjerojatnost da će rješenje biti testirano i isprobano te mogućnost iskorištavanja najnovijih značajki. Mane uključuju mogućnost ograničenja prilagodbe specifičnim potrebama organizacije, ovisnost o dobavljaču i potencijalno više troškove za licenciranje i održavanje.
* Korištenje vanjske platforme za oglašavanje: Umjesto razvoja vlastitog sustava, organizacija može koristiti postojeće vanjske platforme za oglašavanje, poput popularnih web stranica ili mobilnih aplikacija. Prednosti ove alternative uključuju široku vidljivost oglasa, veću bazu korisnika i veću vjerojatnost postizanja brzih rezultata. Međutim, mane uključuju manju kontrolu nad sustavom, ovisnost o pravilima i uvjetima vanjske platforme te mogućnost konkurencije s drugim oglasima.