



Институт за математику и информатику
Природно-математички факултет
Универзитет у Крагујевцу

Фаза 0: истраживање

Завршни рад из предмета Интеракција човек-рачунар

Ментор:

др Ана Капларевић-Малишић

Тим:



Catalyst

Крунослав Велфел (49/2018)
Лука Малетковић (91/2018)
Стефан Александрић (43/2016)
Јелена Гогих (56/2018)

Садржај

1. Увод.....	2
2. Приступ истраживању.....	2
3. Анализа корисника.....	3
3.1 Биљана.....	3
3.2 Олгица.....	3
3.3 Владимир.....	3
3.4 Николина.....	3
4. Закључци.....	4

1. Увод

Циљ пројекта јесте сталним купцима поједноставити набавку домаћих намирница и производа, омогућити дигитално плаћање и услугу испоруке на адресу.

Убрзани начин живота подразумева мање слободног времена за све активности, па и куповину. Потребно је анализирати тржиште и уочити потребе купаца – да ли постоји потреба и прилика за настанак дигиталне платформе за трговину? Да ли би у том случају све потребе купаца биле задовољене?

Профилисањем потенцијалних корисника дошли смо до битних закључака и они ће бити изнети у наставку документа.

2. Приступ истраживању

Профилисане су 4 особе. Интервју је конципиран тако да је испитанику представљено 11 тврдњи¹ за које може рећи да ли су истините и применљиве или не и потом изнети своје образложење.

Испитаници су претежно особе старијег узраста, са просеком од 41 године. Питања су састављена тако да се за сваког саговорника недвосмислено могу одредити:

- начин живота и учесталост одлазака у куповину;
- навике при куповини – лојалност бренду/произвођачу, ослањање на помоћ продаваца и препорука пријатеља;
- рутине – да ли се испитаник служи онлајн каталозима, упоређује цене и исплативост производа;
- потрошачка свест – да ли је битно подржати локалне произвођаче упркос већој цени; и
- дигитална писменост.

1 Списак питања и транскрибовани одговори саговорника записани су у датотеци
~/0_istraživanje/intervjui.xlsx.

3. Анализа корисника

3.1 Биљана

36 година, предузетница. Радним данима и суботом заузета је послом, стога своје слободно време темељно испланира.

Може закључити следеће:

- упркос томе што се служи паметним телефоном, не воли дигитализацију и служи се устаљеним начинима плаћања;
- њена систематичност огледа се у томе што пре куповине истражи понуде у каталозима маркета и на основу тога креира списак артикала са најбољим понудама;
- не ослања се на препоруке и сама расуђује.

3.2 Олгица

50 година, зубни техничар. Воли читати књиге, шетати, па и ићи на кратке излете. Слободно време углавном проводи у кухињи.

Може закључити следеће:

- развијене је потрошачке свести, домаћим производима увек даје предност;
- с времена на време користи дигитално плаћање, најчешће за онлајн трговину;
- има позитиван став према онлајн куповини и достави намирница.

3.3 Владимир

56 година, хемијски техничар. Залаже се за права и положај радника кроз синдикални активизам; слободно време проводи у природи.

Може закључити следеће:

- скептичан према препорукама било које врсте;
- лојалан је потрошач оних производа који су му незаменљиви.

3.4 Николина

22 године, студент. У слободно време воли да чита књиге, плива, па и да кува онда кад је у могућности.

Може закључити следеће:

- често се ослања на препоруке, артикле спонтано додаје у корпу;
- не упоређује цене сличних артикала у потрази за најбољом понудом и купује оно што је навикла.

4. Закључци

Апликација мора бити креирана тако да задовољава широк спектар потреба корисника, тј мора да:

- садржи механизме за препоруку артикала;
- омогући упоређивање цена истих/сличних производа више произвођача;
- омогући креирање списка артикала за куповину као и омиљених производа (енг. *favourites*);
- понуди кориснику савремене начине плаћања (кредитне картице, дигитални новчаници), као и могућност плаћања поузећем за кориснике који користе кеш.

[наставити - класе корисника? insights and needs?]