|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Институт за математику и информатику  Природно-математички факултет  Универзитет у Крагујевцу | | | |
| Фаза 0: истраживање  Завршни рад из предмета Интеракција човек-рачунар | | | | |
| Ментор: | | | Тим: | |
| др Ана Капларевић-Малишић | | **Catalyst** | | Крунослав Велфел (49/2018)  Лука Малетковић (91/2018)  Стефан Александрић (43/2016)  Јелена Гогић (56/2018) |

**Садржај**

[1. Увод 2](#__RefHeading___Toc426_2652128412)

[2. Приступ истраживању 2](#__RefHeading___Toc588_3515662666)

[3. Анализа корисника 3](#__RefHeading___Toc590_3515662666)

[3.1 Биљана 3](#__RefHeading___Toc592_3515662666)

[3.2 Олгица 3](#__RefHeading___Toc594_3515662666)

[3.3 Владимир 3](#__RefHeading___Toc596_3515662666)

[3.4 Николина 3](#__RefHeading___Toc598_3515662666)

[4. Закључци 4](#__RefHeading___Toc600_3515662666)

# 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. Oпис истраживања**

~~Профилисане су 4 особе.~~ Интервју је конципиран тако да је испитанику представљено 11 тврдњи[[1]](#footnote-2) 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.

# 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 трогвину;
* 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?]

1. Списак питања и транскрибовани одговори саговорника записани су у датотеци ~/0\_istraživanje/intervjui.xlsx. [↑](#footnote-ref-2)