

Aplikacija za pronalazak sportskih partnera i rezervaciju terena

Kelnerić, Nikola

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:817405>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-23**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Diplomski rad br. 13/MMD/2024

Aplikacija za pronalazak sportskih partnera i rezervaciju terena

Nikola Kelnerić, 4107/336

Varaždin, lipanj 2024. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za Multimediju

Diplomski rad br. 13/MMD/2024

Aplikacija za pronalazak sportskih partnera i rezervaciju terena

Student

Nikola Kelnerić, 4107/336

Mentor

Doc. art. Robert Geček

Varaždin, lipanj 2024. godine

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju		
STUDIJ	Diplomski sveučilišni studij Multimedija		
PRISTUPNIK	Nikola Kelnerić	MATIČNI BROJ	4107/336
DATUM	21.8.2024	KOLEGIJ	Web dizajn ii produkcija
NASLOV RADA	Aplikacija za pronalazak sportskih partnera i rezervaciju terena		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	An application for finding sports partners and booking sports facilities		
MENTOR	Robert Geček	ZVANJE	izv.prof.art.dr.sc
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Andrija Bernik - predsjednik		
	2. izv. prof. dr. sc. Emil Dumić - član		
	3. izv. prof. art. dr. sc. Robert Geček - mentor		
	4. doc. art. dr. sc. Mario Periša - zamjenski član		
	5.		

Zadatak diplomskog rada

BRD: 134-MMD-2024

OPIS

Ovaj diplomski rad usredotočen je na prepoznavanje i rješavanje izazova s kojima se korisnici suočavaju pri pronalasku sportskih partnera i rezervaciji sportskih terena u Hrvatskoj. Kroz rad će se osmisliti inovativno rješenje u obliku mobilne aplikacije koja će korisnicima omogućiti jednostavno povezivanje s potencijalnim partnerima za sport te brzu i učinkovitu rezervaciju sportskih terena.

Diplomski rad je strukturiran u tri dijela. Prvi dio obuhvaća teorijski pregled razvoja mobilnih aplikacija, s posebnim naglaskom na razloge potrebe za ovakvom aplikacijom na tržištu, kao i razmatranje osnovnih principa dizajna korisničkog sučelja. Drugi dio rada posvećen je praktičnoj izradi aplikacije "Stay Fit," gdje će se prikazati proces dizajniranja aplikacije. Treći dio rada usmjeren je na istraživanje prihvaćenosti aplikacije putem ankete, s ciljem evaluacije korisničkog zadovoljstva i razumijevanja potencijala nove ideje u stvaranju bolje sportske zajednice.

ZADATAK URUČEN

5. 9. 2024.



POTPIŠ MENTORA

Predgovor

Na početku ovog diplomskog rada želim izraziti duboku zahvalnost svojoj obitelji i partnerici koji su mi pružili neprocjenjivu podršku tijekom ovog akademskog pothvata. Njihova podrška i ohrabrenje su mi bili neprekidni izvori motivacije i snage, ne samo tijekom ovog istraživačkog procesa, već i kroz sve izazove i prekretnice u mom životu.

Također, želim se zahvaliti svim predavačima na Sveučilištu Sjever koji su nesebično dijelili svoje znanje i iskustvo sa mnom i mojim kolegama. Njihova stručnost i posvećenost su neizmjereno doprinijeli mom osobnom i profesionalnom razvoju.

Posebnu zahvalnost želim uputiti svom mentoru, gospodinu Robertu Gečeku, čije vodstvo i stručno usmjerenje su bile ključne za uspješno vođenje ovog istraživanja i izrade diplomskog rada. Njegova podrška i savjeti su mi bili od neprocjenjive važnosti tijekom cijelog školovanja.

Ovaj rad predstavlja samo mali dio mojeg znanja i upornosti koje sam stekao zahvaljujući podršci svojih najbližih i mentora. Nadam se da će rezultati ovog istraživanja doprinijeti širem akademskom dijalogu i pružiti temelje za daljnji razvoj u ovoj znanstvenoj disciplini.

Sažetak

Ovaj diplomski rad istražuje problematiku pronalaženja sportskih partnera i rezervacije sportskih terena putem aplikacije. Cilj je razviti ideju za aplikaciju koja će olakšati korisnicima proces pronalaženja istomišljenika za sportske aktivnosti i rezervaciju terena, pružajući im sve potrebne informacije za optimalno korištenje sportskih objekata.

Teorijski dio rada detaljno će analizirati koncept aplikacija, istražujući njihove prednosti i povezane aspekte. Praktični dio će se fokusirati na vizualno prikazivanje rješenja, naglašavajući kako će aplikacija biti intuitivna i prilagođena svim generacijama kako bi maksimalno olakšala korisnicima ostvarivanje svojih sportskih ciljeva.

Osim toga, provedeno istraživanje ima za cilj utvrditi potrebu za ovakvom aplikacijom, korisničko iskustvo te prihvatljivost novog rješenja. Primarni cilj istraživanja je procijeniti zadovoljstvo korisnika postojećim načinom rezervacije te razumjeti njihovu spremnost prihvatiti novi pristup.

Summary

This master's thesis explores the issue of finding sports partners and booking sports venues through a mobile application. The aim is to develop a concept for an application that will facilitate the process of finding like-minded individuals for sports activities and booking venues, providing users with all necessary information for optimal utilization of sports facilities.

The theoretical part of the thesis will extensively analyze the concept of mobile applications, exploring their advantages and related aspects. The practical part will focus on visually presenting the solution, emphasizing how the application will be intuitive and tailored to all generations to maximize ease of use for users in achieving their sports goals.

Additionally, the conducted research aims to determine the need for such an application, user experience, and the acceptability of the proposed solution. The primary objective of the research is to assess user satisfaction with the existing method of venue reservation and understand their willingness to accept a new approach.

Popis korištenih kratica

ITD. I tako dalje
NPR. Na primjer

Sadržaj

1.	Uvod.....	1
1.1.	Pozadine ideje	2
1.2.	Cilj.....	2
2.	Pregled i analiza stanja.....	3
2.1.	Analiza problema i potrebe korisnika koje aplikacija može riješiti	3
2.1.1.	<i>Borba protiv pretilosti</i>	3
2.1.2.	<i>Lakša rezervacija terena</i>	5
2.1.3.	<i>Brži i lakši pronalazak sportskih partnera</i>	5
2.1.4.	<i>Poboljšanje fizičkog i mentalnog zdravlja</i>	6
2.1.5.	<i>Povezivanje s lokalnom sportskom zajednicom</i>	7
2.2.	Analiza postojećih aplikacija.....	8
2.2.1.	<i>Meetup</i>	8
2.2.2.	<i>SportyHQ</i>	8
2.2.3.	<i>OpenSports</i>	9
2.2.4.	<i>Playo</i>	9
2.2.5.	<i>SportSetter</i>	9
2.2.6.	<i>Sportido</i>	9
2.2.7.	<i>Sliceer</i>	10
2.3.	Analiza dostupnih terena u Varaždinskoj županiji.....	10
2.3.1.	<i>TTS sport centar</i>	11
2.3.2.	<i>Gradska sportska dvorana Varaždin</i>	12
2.3.3.	<i>Školske sportske dvorane</i>	13
2.3.4.	<i>Javne sportske površine (vanjski tereni)</i>	14
3.	Mobilne aplikacije i važnosti dizajna	17
3.1.	Što je mobilna aplikacija?	17
3.2.	Evolucija industrije	17
3.3.	User interface (UI)	18
3.3.1.	<i>Omogućite korisniku kontrolu</i>	19
3.3.2.	<i>Smanjite opterećenje korisnikovog pamćenja</i>	20
3.3.3.	<i>Održavajte dosljednost sučelja</i>	21
4.	User Experience (UX).....	22
4.1.	Kako postići "User Friendly" aplikaciju?.....	23
4.1.1.	<i>Primjena univerzalnih načela dizajna</i>	24
5.	Aplikacija "StayFit"	25
5.1.	Uloga i važnost logotipa za aplikaciju "StayFit".....	27
5.2.	Kreiranje profila i prijava.....	29
5.3.	Početni zaslon.....	33
5.4.	Pretraživanje karte.....	35
5.5.	Rezerviranje	37

5.6. Kreiranje događaja	39
5.7. Pridruživanje događaju.....	40
5.8. Chat	41
5.9. Korisnički profil i ostale funkcionalnosti	42
6. Istraživanje	45
6.1. Način provođenja ankete	45
7. Anketa – rezultati	46
7.1. Spol, dob i razina obrazovanja	46
7.2. Učestalost bavljenja sportom	47
7.3. Rezerviranje	48
7.4. Sport i socijalna interakcija	51
7.5. Aplikacija StayFit.....	56
8. Zaključak.....	68
9. Literatura.....	69
10. Popis slika	70
11. Popis Grafikona	71
12. Izjava o autorstvu	72

1. Uvod

U 21. stoljeću, korištenje mobilnih aplikacija doseže milijune korisnika svake godine. Mobilne aplikacije imaju veliki utjecaj na razvoj tehnologije i društva jer se izvode na malim prijenosnim mobilnim uređajima koji su jednostavni za korištenje i dostupni bilo gdje i bilo kada. Osim što utječu na razvoj tehnologije, mobilne aplikacije imaju i važnu ulogu u poslovanju. Mnoge tvrtke danas ostvaruju ogroman prihod upravo putem mobilnih aplikacija. Na primjer, ljudi mogu kupiti proizvode koji im trebaju putem online trgovine umjesto da ih kupuju u fizičkoj trgovini, što može uštedjeti vrijeme.

Dok se razvoj mobilnih aplikacija ubrzano povećava, ljudi također pokazuju interes za zdravim načinom života. Jedan od primjera postizanja zdravog načina života je bavljenje sportom. U posljednje vrijeme, najpopularniji sportovi u svijetu, a posebno u Hrvatskoj, su sportovi koji uključuju loptu, poput nogometa, futsala, košarke, rukometa itd. To se može vidjeti po porastu broja usluga iznajmljivanja sportskih terena svake godine i broju ljubitelja sporta koji su rasprostranjeni diljem Hrvatske.

U Hrvatskoj su sportski tereni raspoređeni na mnogim lokacijama i većina ih je u privatnom vlasništvu. Samo nekoliko terena može se koristiti besplatno ili su javno dostupni, poput sportskih terena u nekim naseljima, državnih objekata i mjesta u gradskim parkovima. No, problem je što većina javnih terena i školskih terena budu prazna. Stoga vlasnici sportskih terena vide taj problem kao poslovnu priliku. Oni nude najam korisnicima kako bi mogli iznajmiti i koristiti privatno vlasništvo za određeno vrijeme prema periodu najma.

Drugi problem je nedovoljan broj ljudi za bavljenje sportom, kada je riječ o timskim sportovima, tada imamo problem ne mogućnosti pronalaska dovoljnog broja istomišljenika za bavljenje sportom.

1.1. Pozadine ideje

Ova ideja mi je sinula prije nekoliko godina dok sam se suočavao s izazovom pronalaženja partnera za odbojku na pijesku. Uvijek sam se suočavao s poteškoćama u pronalasku partnera koji ima slobodno vrijeme i čije se poklapa s mojim slobodnim vremenom. Nekolicina mojih starih partnera prestala je igrati ovaj sport, neki su se iselili iz Hrvatske, a s ostalima je uvijek bilo teško uskladiti rasporede. To je činilo pronalazak ljudi izuzetno teškim. Budući da rekreativni sportovi zahtijevaju više sudionika, mnogi ljudi jednostavno odustanu kada se suoče s ovim problemom.

Iz tog razloga, odlučio sam osmisliti ideju za aplikaciju koja bi korisnicima pomogla da pronađu druge sportaše te im odmah omogućila rezervaciju terena i termina. Cilj ovog projekta je olakšati bavljenje sportom, pružajući korisnicima priliku da pronađu partnere čiji rasporedi odgovaraju njihovim te da upoznaju nove ljude. Moja prvotna zamisao bila je stvoriti aplikaciju sličnu društvenim mrežama za upoznavanje, nudeći mogućnost pronalaženja sportskih partnera, no ta se ideja razvijala i proširivala dok nije prerasla u ovaj koncept.

1.2. Cilj

Ovaj rad predstavlja potencijalno rješenje problema u poslovanju i društvu putem mobilne aplikacije pod nazivom "StayFit". U istraživanju ću objasniti kako sportska aplikacija može riješiti navedene probleme putem niza značajki, komunikacije s korisnicima, te utjecaja aplikacije na društvo i poslovne rezultate.

Aplikacija "StayFit" koristi pristup sličan e-trgovini kako bi pomogla korisnicima u pronalaženju i rezervaciji sportskih terena poput nogometnih, košarkaških, teniskih i drugih. Osim toga, aplikacija nudi platformu vlasnicima sportskih terena i prodavačima sportske opreme za promociju njihovih usluga i proizvoda, s naglaskom na specifične sportove kojima se korisnici bave.

Sustav je dizajniran kako bi vlasnicima terena omogućio učinkovito upravljanje rasporedima rezervacija, a korisnicima olakšao proces rezervacije sportskih terena. Također, aplikacija nudi jednostavan način za pronalaženje sportskih partnera, čime se potiče društvena interakcija i zajedničko sudjelovanje u sportskim aktivnostima. Kroz ove funkcionalnosti, aplikacija nastoji poboljšati korisničko iskustvo i pridonijeti boljoj organizaciji i iskorištenosti sportskih objekata.

2. Pregled i analiza stanja

2.1. Analiza problema i potrebe korisnika koje aplikacija može riješiti

U današnjem društvu, koje karakterizira ubrzan tempo života i sve veća osjetljivost na pitanja zdravlja, tjelesna aktivnost postaje ključni segment svakodnevice. Međutim, mnogi pojedinci susreću se s izazovima pronalaženja sportskih partnera ili rezervacije terena za aktivnosti koje preferiraju. S druge strane, razvoj tehnologije otvara vrata novim inovativnim rješenjima koja mogu odgovoriti na ove izazove i unaprijediti iskustvo korisnika u području sportskih aktivnosti.

Međutim, upravo u ovim izazovima leži prilika za inovaciju. Zamislite aplikaciju koja vam omogućava da u trenu pronađete sportskog partnera ili rezervirate teren za vašu omiljenu aktivnost, sve s nekoliko dodira na vašem pametnom telefonu. Ova aplikacija ne samo da olakšava organizaciju sportskih aktivnosti, već i potiče zdrav način života, društvenu interakciju i povezanost s lokalnom sportskom zajednicom. U sljedećih nekoliko koraka pokušat ćemo navesti glavne razloge zašto su aplikacije poput ove zapravo vrlo važne.

2.1.1. Borba protiv pretilosti

Prema nedavno objavljenim podacima iz znanstvenog časopisa Lancet, stanje pretilosti u Hrvatskoj predstavlja ozbiljan izazov koji zahtijeva hitnu pažnju. U 2022. godini, oko 28% žena i 35% muškaraca u Hrvatskoj bilo je pretilo, što je značajan porast u odnosu na prethodnih 30 godina. Također, primjećuje se i značajno povećanje postotka pretile djece.[1]

Analiza udjela pretelih muškaraca i žena u Hrvatskoj pokazuje da zemlja zauzima visoko treće mjesto među zemljama srednje i jugoistočne Europe po udjelu pretelih muškaraca, te 88. mjesto po udjelu pretelih žena. Na globalnoj razini, Hrvatska se nalazi na 25. mjestu po udjelu pretelih muškaraca i na 88. mjestu po udjelu pretelih žena.[1]

Podaci o Hrvatskoj dio su globalnog istraživanja koje je obuhvatilo 222 milijuna ispitanika u 190 zemalja, tijekom razdoblja od 1992. do 2022. godine. Ovi rezultati naglašavaju hitnost potrebe za implementacijom sveobuhvatnih strategija i politika koje će se boriti protiv pretilosti.[1]

S obzirom na zabrinjavajući porast pretilosti u djece i adolescenata u Hrvatskoj, postoji potreba za inovativnim pristupima promicanju zdravog načina života.[2][3] U kontekstu aplikacije, moguće je razviti funkcionalnosti koje potiču redovitu tjelesnu aktivnost i promicanje zdravih navika među mladima. Ova aplikacija može pružiti podršku u organizaciji sportskih aktivnosti i poticanju socijalne interakcije, što je ključno za borbu protiv pretilosti i promicanje općeg zdravlja u populaciji. Jer ako se nastavi ovom brzinom do 2030.godine prema svjetskom atlasu debljine u Hrvatskoj će s debljinom živjeti gotovo milijun ljudi, dakle gotovo svaka treća žena i svaki treći muškarac.

DEBLJINA U ODRASLIH U 2030.

		ITM ≥ 30	ITM ≥ 35	ITM ≥ 40
MUŠKARCI	Prevalencija (%)	32,40	8,12	1,91
	Ukupni broj	489 838	122 780	28 928
ŽENE	Prevalencija (%)	30,49	12,45	4,62
	Ukupni broj	504 897	206 230	76 433

Slika 1: Predviđanja postotka debljine odraslih u 2030. godini

(Izvor: hzjz.hr)

DEBLJINA U DJECE U 2030.

Dob	5-9	10-19
Prevalencija (%)	23,19	16,37
Ukupni broj	38 729	62 682

Slika 2: Predviđanja postotka debljine djece u 2030. godini

(Izvor: hzjz.hr)

2.1.2. Lakša rezervacija terena

Lakša rezervacija terena putem aplikacije donosi niz prednosti kako korisnicima, tako i samim sportskim objektima. Praktičnost i jednostavnost su ključne prednosti ovog sustava, omogućujući korisnicima da rezerviraju terene u bilo koje vrijeme i sa bilo kojeg mjesta, bez potrebe za telefonskim pozivima ili posjetom sportskom objektu. Time se osigurava manja potrošnja vremena korisnika, eliminirajući potrebu za fizičkim odlaskom do objekta ili dugim čekanjem u redu za rezervaciju.

Stalna informiranost također igra važnu ulogu, pružajući korisnicima detaljne informacije o raspoloživosti termina, cijenama, lokacijama i dodatnim uslugama. Fleksibilnost u planiranju je također značajna, omogućujući korisnicima da lako pregledavaju dostupne termine i odaberu onaj koji najbolje odgovara njihovom rasporedu i potrebama, te da rezerviraju terene unaprijed kako bi planirali svoje sportske aktivnosti unaprijed.

Jednostavno upravljanje rezervacijama dodatno olakšava korisnicima da pregledavaju, uređuju ili otkazuju svoje rezervacije s lakoćom, pružajući im veću kontrolu nad svojim sportskim planovima. Povećana dostupnost sportskih objekata kroz olakšan proces rezervacije može privući veći broj korisnika i bolje iskoristiti resurse sportskih objekata, što rezultira povećanom zaradom i boljim korištenjem infrastrukture.

2.1.3. Brži i lakši pronalazak sportskih partnera

Kako je važno pronaći mjesto gdje ćete se baviti sportom, tako je još važnije pronaći osobu sa kojom ćete taj sport igrati. Pronalazak sportskih partnera putem aplikacije donosi niz prednosti, kako korisnicima, tako i samim vlasnicima sportskih udruga i terena. Ova funkcija pruža izvanrednu mogućnost korisnicima da pronađu istomišljenike s kojima mogu dijeliti svoje sportske interese i aktivnosti, potičući time zajedništvo i socijalnu interakciju među sportašima. Kroz ovu aplikaciju, korisnici mogu brzo i efikasno pronaći sportske partnere koji odgovaraju njihovim preferencijama i razini vještina, čime se olakšava organiziranje i sudjelovanje u različitim sportskim aktivnostima.

Jedna od ključnih prednosti ove funkcije je u tome što omogućuje korisnicima da prilagode svoje potrebe i interese, tražeći partnere za specifične sportove, lokacije ili vrijeme. Time se povećava fleksibilnost i prilagodljivost korisnicima, koji mogu birati između različitih opcija i pronaći idealne sportske partnere koji odgovaraju njihovim željama i potrebama.

Osim toga, aplikacija pruža korisnicima priliku da se povežu s ljudima iz njihove lokalne sportske zajednice, što može doprinijeti razvoju prijateljskih i sportskih veza te potaknuti sudjelovanje u različitim sportskim događajima i ligama.

Kroz poruke, korisnici mogu brzo i lako komunicirati s potencijalnim partnerima, što olakšava organizaciju i koordinaciju njihovih sportskih susreta. Ova otvorena i transparentna komunikacija pridonosi boljem razumijevanju i suradnji među sportašima, što može rezultirati ugodnijim i uspješnijim sportskim iskustvima za sve uključene strane. Time bi se izbacila dodatna prepreka korištenja više aplikacija za dogovor, jer bi uz pomoć jedne aplikacije mogli komunicirati svi međusobno, bez potrebe za dodatnim aplikacijama.

Ukupno gledano, funkcija bržeg i lakšeg pronalaska sportskih partnera putem ove aplikacije pruža brojne prednosti korisnicima, potičući njihovu aktivnost, socijalnu interakciju i uživanje u sportskim aktivnostima, a ne gubljenje vremena pri organizaciji istih. Ova funkcija predstavlja ključni dio aplikacije za pronalazak sportskih partnera i rezervaciju terena, pružajući korisnicima svestran i sveobuhvatan alat za organiziranje i sudjelovanje u svojim omiljenim sportskim aktivnostima.

2.1.4. Poboljšanje fizičkog i mentalnog zdravlja

Sport igra ključnu ulogu u poboljšanju fizičkog i mentalnog zdravlja, posebno kod djece i adolescenata. Dok tehnološka evolucija dovodi do sve veće uporabe elektroničkih uređaja, što rezultira sjedilačkim načinom života i raznim mentalnim problemima, bavljenje sportom može ublažiti te učinke.

Smatra se da je upotreba tehnologije poput mobitela, računala i sličnih uređaja odgovorna za smanjenje interesa djece za sportske aktivnosti. Osim što dovodi do fizičke neaktivnosti, tehnološka ovisnost može pridonijeti razvoju anksioznosti, depresije i drugih poremećaja mentalnog zdravlja. Zbog prekomjerne izloženosti tehnologiji, sve je manje vremena posvećenog fizičkim aktivnostima, što može negativno utjecati na opće tjelesno zdravlje.

Pored toga, elektronički uređaji mogu narušiti san i kvalitetu sna kod djece i adolescenata. Uz to, upotreba društvenih medija može dovesti do stresa, anksioznosti i depresije, posebno kada mladi ne dobiju očekivane pozitivne povratne informacije na tim platformama.[5]

Unatoč ovim izazovima, sportovi nude psihološku koristi. Sudjelovanje u sportskim aktivnostima može poboljšati samopouzdanje, samokontrolu, društvene vještine i općenito blagostanje kod djece i adolescenata. Istraživanja pokazuju da mladi koji se aktivno bave sportom imaju pozitivniji stav prema životu i manje suicidalnih misli u usporedbi s onima koji se ne bave sportom.[5]

Također, sudjelovanje u timskim sportovima može smanjiti osjećaj anksioznosti kod djece, dok istraživanja pokazuju da sportaši imaju višu razinu socijalnog funkcioniranja i sreće u usporedbi s ljudima koji se ne bave sportom. Sportske aktivnosti također promiču pozitivan emocionalni razvoj i emocionalnu otpornost kod mladih.[5]

2.1.5. Povezivanje s lokalnom sportskom zajednicom

Putem aplikacije StayFit na primjeru grada Varaždina povezivanje s lokalnom sportskom zajednicom pruža niz prednosti za lokalnu sportsku scenu. Kroz integrirane alate i funkcije, ova aplikacija omogućuje korisnicima da se povežu s različitim sportskim klubovima, terenima i događajima u Varaždinu, pružajući im priliku da aktivno sudjeluju u sportskim aktivnostima i zajednici.

Jedna od ključnih prednosti povezivanja s lokalnom zajednicom putem aplikacije je u tome što omogućuje korisnicima da prate lokalne sportske događaje i aktivnosti u realnom vremenu. Korisnici mogu pregledavati rasporede treninga, turnira, utakmica i drugih sportskih događaja koji se održavaju u Varaždinu i okolici putem aplikacije, čime se povećava transparentnost i dostupnost informacija o sportskim mogućnostima u gradu.

Osim toga, aplikacija omogućuje korisnicima da se informiraju o njihovim ponudama, članarinama i uslugama. Kroz detaljne profile klubova i terena, korisnici mogu dobiti uvid u njihovu lokaciju, opremu, radno vrijeme i druge relevantne informacije, što im olakšava odabir odgovarajućih sportskih destinacija u gradu.

Povezivanje s lokalnom zajednicom putem aplikacije također pruža korisnicima priliku da se aktivno uključe u sportske aktivnosti i inicijative koje se odvijaju u Varaždinu. Kroz integrirane alate za registraciju na sportske događaje i sudjelovanje u sportskim ligama ili turnirima, korisnici mogu pronaći nove sportske izazove i prilike za natjecanje, što doprinosi razvoju sportske scene i zajednice u Varaždinu.

2.2. Analiza postojećih aplikacija

U današnje vrijeme tehnologija je nužna, a njen utjecaj sveprisutan. U takvom kontekstu, ideja da nešto bude potpuno jedinstveno može zvučati kao izazov. Ipak, kao kreatori i poduzetnici, svi gajimo nadu da će upravo naša ideja biti ta koja će se istaknuti i pronaći svoje mjesto na tržištu. Aplikacije su postale pravi hit u proteklih nekoliko godina, često nadmašujući popularnost klasičnih web stranica. Mobilne verzije su postale neophodnost, prilagođavajući se potrebama modernog korisnika koji želi pristup informacijama i uslugama bilo gdje i bilo kada. U tom svjetlu, razvijanje aplikacija za rezervaciju i pronalaženje sportskih partnera predstavlja izazov, ali i priliku za inovaciju i stvaranje nečeg što će privući pažnju korisnika, ali koji će nadmašiti konkurenciju u ovom svijetu punog konkurencije. U nastavku su navedene neke od aplikacija koje imaju sličnu svrhu.

2.2.1. Meetup

Platforma koja omogućuje korisnicima da pronađu, stvore i sudjeluju u raznim događanjima i grupama temeljenim na njihovim interesima. Iako se ne fokusira isključivo na sport, Meetup pruža mogućnost da se pronađu lokalni entuzijasti za sport i organiziraju susreti, treninge ili utakmice. Korisnici mogu pretraživati događanja po lokaciji, vremenu ili interesu te se povezivati s drugim sudionicima putem platforme.[6] Istraživanjem njihove stranice utvrđeno je da putem Meetupa nema ponuda i događaja specifičnih za Hrvatsku.

2.2.2. SportyHQ

Platforma specijalizirana za raketne sportove poput squash-a, tenisa i badmintona. Omogućuje korisnicima da pronađu terene, klubove, lige i turnire u svojoj blizini. Osim što olakšava rezervaciju terena i sudjelovanje u natjecanjima, SportyHQ pruža i alate za organizatore turnira kako bi lakše upravljali svojim događanjima i komunicirali s igračima.[7]

2.2.3. OpenSports

OpenSports je mobilna aplikacija koja povezuje ljude s sportskim aktivnostima u njihovoj blizini. Korisnici mogu pregledavati i pridružiti se raznim sportskim događanjima poput košarke, nogometa, odbojke i drugih. Aplikacija omogućuje korisnicima da rezerviraju terene ili igrališta za svoje aktivnosti te da pronađu druge ljude koji žele sudjelovati u njihovim sportskim susretima.[8]

2.2.4. Playo

Playo je sveobuhvatna sportska platforma koja omogućuje korisnicima da pronađu, rezerviraju i sudjeluju u različitim sportskim aktivnostima. Aplikacija nudi mogućnost pretraživanja terena, trenera, klubova i sportskih događanja u blizini korisnikove lokacije. Također, korisnici mogu stvarati svoje vlastite sportske grupe, organizirati događanja i upravljati rezervacijama putem jednostavnog sučelja.[9] Pregledom stranice utvrđeno je da se aplikacija koristi samo na području Indije.

2.2.5. SportSetter

SportSetter je mobilna aplikacija koja povezuje korisnike s različitim sportskim objektima i uslugama u njihovoj okolini. Aplikacija omogućuje korisnicima da pretražuju i rezerviraju terene, sportske treninge, tečajeve i druge sportske aktivnosti. Također, korisnici mogu pronaći sportske partnere, sudjelovati u grupnim treninzima i pratiti svoj sportski napredak putem aplikacije.[10]

2.2.6. Sportido

Sportido je platforma koja pomaže igračima da pronađu ljude i lokacije za igranje preko 700 različitih sportova u njihovoj blizini. Povezuje igrače s drugim igračima u blizini koji su zainteresirani za isti sport kao i oni. Sportido također omogućuje igračima rezervaciju terena, igrališta, dvorana, trenera itd. na njihovom području. [11]

2.2.7. Slicer

Slicer aplikacija predstavlja revolucionarni sustav koji donosi novu eru tenisa, omogućujući tenisačima i tenisačicama jednostavan i učinkovit način organizacije i rezervacije terena. Cilj aplikacije je osigurati bolje iskustvo igračima, poboljšati popunjenost terena te pružiti pregledan uvid u dostupne termine i igrače. [12]

Aplikacija omogućuje stvaranje rezervacija u stvarnom vremenu te pruža jasan uvid u dostupnost terena. Također, nudi intuitivno sučelje za upravljanje rezervacijama te omogućuje administratorima klubova jednostavno vođenje evidencije članova, upisivanje različitih tipova događanja poput turnira i liga te najavu klupskih turnira. Slicer se posebno odnosi na hrvatsko tržište.

Ove aplikacije predstavljaju samo dio šireg spektra platformi koje pružaju različite značajke za olakšavanje pronalaska sportskih aktivnosti, povezivanje s drugim sudionicima te upravljanje sportskim iskustvom putem mobilnih uređaja. Međutim, nedostatak jedne sveobuhvatne aplikacije koja bi objedinila sve potrebne značajke predstavlja izazov, a dodatni problem je nedovoljna prepoznatljivost tih aplikacija na hrvatskom tržištu.

2.3. Analiza dostupnih terena u Varaždinskoj županiji

Analiza dostupnih terena u Varaždinskoj županiji obuhvatila je pregled dostupnosti sportskih terena i igrališta unutar županije. Korišteni su različiti izvori informacija, uključujući lokalne sportske saveze, internetske platforme za rezervaciju terena te izravnu komunikaciju s sportskim objektima.

Prva faza analize obuhvatila je identifikaciju vrsta sportova za koje su dostupni tereni, uključujući nogomet, košarku, tenis, odbojku i slično. Zatim je provedena procjena dostupnosti terena za svaki od tih sportova u različitim gradovima i općinama unutar županije.

Konačni rezultat analize pruža pregled trenutnog stanja sportske infrastrukture u Varaždinskoj županiji, što može poslužiti kao osnova za planiranje ponude unutar same aplikacije i poboljšanja u sportskom sektoru županije.

2.3.1. TTS sport centar

TTS Sport Centar predstavlja izvanredan spoj modernog dizajna i funkcionalnosti, nudeći posjetiocima širok spektar mogućnosti za sport, rekreaciju, rehabilitaciju i zabavu. Smješten na izvanrednoj lokaciji, samo 300 metara udaljen od samog srca grada Varaždina, ovaj centar se ističe kao oaza aktivnosti i druženja, idealna za ljubitelje sporta i rekreacije. Ovi tereni omogućavaju prakticiranje različitih sportova poput malog nogometa, košarke, rukometa, badmintona, stolnog tenisa i mnogih drugih. Dvorana od oko 2000 m² omogućava pregršt mogućnosti za organizaciju sportskih aktivnosti, uz mogućnost pregrađivanja terena za prilagođavanje različitim sportovima i broju igrača.[13]

Centar također nudi vrhunsku udobnost kroz pet svlačionica opremljenih podnim grijanjem, tuševima i toaletima uz same terene, te dodatne četiri svlačionice za fitness, pružajući korisnicima optimalne uvjete za pripremu i opuštanje nakon aktivnosti. Velike staklene površine osiguravaju obilje prirodnog svjetla za dnevne termine, dok vrhunska MH rasvjeta pruža izvrsnu osvjetljenost za noćne aktivnosti. Sustavi grijanja, ventilacije i klimatizacije osiguravaju ugodnu atmosferu u svakom trenutku.[13]

TTS Sport Centar predstavlja ne samo prostor za sportske aktivnosti, već i mjesto gdje se ljudi mogu okupiti, družiti i uživati u raznovrsnim aktivnostima. Sa svojom modernom infrastrukturom i pažljivo osmišljenim detaljima, ovaj centar postavlja nove standarde u domenu sportskih objekata, pružajući korisnicima nezaboravno iskustvo i potičući zdrav način života.



Slika 3: TTS sport centar

(Izvor: tts-sport.hr)

2.3.2. Gradska sportska dvorana Varaždin

Arena Varaždin, poznata i kao Gradska sportska dvorana Varaždin, predstavlja arhitektonski dragulj smješten uz obalu rijeke Drave. Svojom jednostavnom, ali impresivnom arhitekturom, ova multifunkcionalna dvorana postala je nezaobilazna točka sportskih i kulturnih događanja od svog otvaranja u prosincu 2008. godine.[14]

S velikom dvoranom kapaciteta od 5.000 sjedećih mjesta te malom dvoranom s tribinama za 240 sjedala, Arena Varaždin pruža nevjerojatan doživljaj za do 8.000 gledatelja za različite kulturne događaje. Osim toga, dvorana je opremljena modernom, automatskom 6-staznom kuglanom, vanjskim terenima za tenis, košarku, nogomet i klizanje, te prostorima za rekreativne aktivnosti poput stolnog tenisa i badmintonu.[14]

Sportski klubovi prepoznali su multi funkcionalnost dvorane te je redovito koriste za treninge i natjecanja u raznim sportovima poput rukometa, odbojke, košarke, stolnog tenisa, karatea, futsala i mnogih drugih.



Slika 4: Arena Varaždin

(Izvor: arena-varazdin.hr)

2.3.3. Školske sportske dvorane

Školske sportske dvorane predstavljaju vrijedan resurs koji se može iskoristiti za promicanje tjelesne aktivnosti i sporta u lokalnoj zajednici. Izvan školskih sati, ove dvorane često budu neiskorištene, a mogu biti rezervirane za različite sportske aktivnosti koje koriste širokom spektru ljudi, a ne samo učenicima.

Rezervacija školskih sportskih dvorana može se organizirati putem jasnog rasporeda dostupnosti, koji bi obuhvatio vrijeme nakon školskih sati, vikende i praznike. Suradnja s školama je ključna kako bi se dogovorili uvjeti korištenja, a jasne smjernice i procedure za rezervaciju trebaju biti dostupne korisnicima. Prednosti korištenja školskih sportskih dvorana su mnogobrojne. Osim što omogućuju pristupačno korištenje kvalitetne infrastrukture, ove dvorane su često smještene u središtu zajednice, što ih čini lako dostupnim svim građanima.

Raznolikost sportskih aktivnosti koje se mogu organizirati u školskim dvoranama je velika. Od tradicionalnih sportova poput košarke, odbojke i nogometa, do rekreativnih aktivnosti poput aerobika, joge i plesa, ove dvorane mogu zadovoljiti različite interese i potrebe korisnika. Organizacija sportskih događaja, turnira i natjecanja u školskim sportskim dvoranama također pruža priliku za promociju sportskog duha i zajedništva u lokalnoj zajednici.

Ovi događaji ne samo da potiču aktivnost, već i stvaraju priliku za druženje i međusobno povezivanje ljudi. Kroz organizaciju, suradnju i promociju, ove dvorane mogu postati ključni resurs za unaprjeđenje zdravlja, dobrobiti i kvalitete života svih građana.



Slika 5: Školska sportska dvorana Varaždin – Graberje

(Izvor: regionalni.com)



*Slika 6: Dvorana 3.Osnovne škole Varaždin
(Izvor: os-treca-vz.skole.hr)*

2.3.4. Javne sportske površine (vanjski tereni)

Najveću važnost u ovom istraživanju zapravo imaju urbane sportske površine koje svakodnevno budu prazne. Javne sportske površine, poput sportskih terena, igrališta, bazena i parkova, predstavljaju važan dio infrastrukture u urbanim i ruralnim područjima, ali često ostaju nedovoljno iskorištene. Ova istraživanja će se usredotočiti na identificiranje ključnih čimbenika koji doprinose slabo korištenim javnim sportskim površinama te istražiti strategije za povećanje njihovog korištenja.

Kroz ovo istraživanje, cilj je identificirati konkretne strategije i preporuke za unaprjeđenje korištenja javnih sportskih površina, uz naglasak na integraciji digitalnih alata za rezervaciju i organizaciju sportskih aktivnosti.

Istraživanje

Istraživanje provedeno u gradu Varaždinu pokazalo je značajne nalaze o korištenju javnih sportskih površina u tom području. Grad Varaždin obiluje raznovrsnim sportskim objektima, uključujući sportske terene za nogomet, košarku, tenis, odbojku te fitness parkove i staze za trčanje u parkovima.

Prema prikupljenim podacima:

- U gradu Varaždinu nalazi se preko 20 javnih sportskih površina, što čini važan dio sportske infrastrukture.
- Unatoč brojnosti sportskih površina, samo je otprilike 40% kapaciteta tih objekata redovno iskorišteno.
- Najčešće korištene sportske aktivnosti na javnim površinama uključuju nogomet, košarku i odbojku.
- Većina sportskih terena rezervirana je za organizirane sportske klubove i lige, dok se manji dio koristi za rekreativno korištenje.

Nekoliko razloga doprinosi slabo korištenim javnim sportskim površinama u gradu Varaždinu:

- Nedovoljna promocija i svijest među lokalnom zajednicom o dostupnosti sportskih objekata i mogućnostima korištenja.
- Problemi s održavanjem i nedostatak ulaganja u poboljšanje uvjeta na nekim sportskim površinama.
- Nedostatak organiziranih sportskih aktivnosti i programa za širu zajednicu.

S obzirom na rezultate istraživanja, postavlja se pitanje kako poboljšati iskorištenje sportskih javnih površina u gradu Varaždinu te kako potaknuti veće sudjelovanje lokalne zajednice u sportskim aktivnostima. Integracija digitalnih alata poput aplikacije StayFit za organizaciju sportskih događaja može biti ključna u promicanju aktivnijeg korištenja javnih sportskih objekata i unaprjeđenju sportske angažiranosti u gradu Varaždinu.



Slika 7: Odbojkaški teren na Dravskim Bazenima
(Izvor: regionalni.com)



Slika 8: Košarkaški teren kod Gospodarske Škole
(Izvor: varazdin-sport.hr)

3. Mobilne aplikacije i važnosti dizajna

3.1. Što je mobilna aplikacija?

Mobilna aplikacija, u osnovi, je specijalizirani softver dizajniran za pametne telefone, tablete i druge elektroničke uređaje, nudeći prilagođene funkcionalnosti korisnicima, poput igranja, produktivnosti, e-trgovine i praćenja zdravlja. Ove aplikacije predstavljaju odstupanje od tradicionalnog PC softvera, pružajući fokusirane i izolirane značajke kako bi zadovoljile specifične potrebe i preferencije korisnika. Mogu se monetizirati na različite načine, uključujući oglase, kupnje unutar aplikacije i pretplatničke modele, koristeći razvojne i poslovne strane kako bi poboljšali vidljivost brenda i prihode. Podijeljene u izvorne i web kategorije, izvorne aplikacije su optimizirane za određene mobilne operativne sustave poput iOS-a i Androida, hvaleći se izvrsnom izvedbom i korisničkim iskustvom, dok web aplikacije koriste tehnologije temeljene na pregledniku poput HTML5-a ili CSS-a, zahtijevajući minimalne resurse uređaja i stabilne internetske veze. Širenjem mobilnih aplikacija transformirala je industrije poput e-trgovine, potičući inovacije i olakšavajući angažman korisnika na globalnoj razini.[16] Ovaj rad je usmjeren na strategije proširenja korisničke baze mobilne aplikacije s naglaskom na unapređenje zdravlja korisnika. Kroz implementaciju monetizacijskih modela, poput prikazivanja oglasa i uspostave sponzorstava, cilj je osigurati kontinuirani razvoj aplikacije na globalnoj razini te održati njezinu relevantnost na tržištu, bez nepotrebne pretplate korisnika za korištenje iste.

3.2. Evolucija industrije

Od pojave iPhonea 2007. godine, pametni telefoni i mobilne aplikacije postaju neizostavan dio svakodnevnog života. S preko milijun aplikacija dostupnih korisnicima već od 2011.godine, interes za ovu industriju se ne smiruje. Brojke pokazuju da se korisnici sve više okreću pametnim telefonima, a njihova funkcionalnost nadmašuje i osobna računala. Pametni telefoni postaju vitalni alati, s ogromnim potencijalom za transformaciju različitih sektora, uključujući i vlade koje potiču razvoj mobilnih aplikacija kako bi olakšale pristup informacijama i uslugama. Važno je istaknuti da konkurencija na tržištu stalno raste, otvarajući prostor za inovacije i prilagodbe korisničkim potrebama.[15]

3.3. User interface (UI)

Korisničko sučelje je ključni element mobilne aplikacije, budući da igra presudnu ulogu u iskustvu korisnika i uspješnosti same aplikacije. Ako je sučelje loše dizajnirano, korisnik može imati poteškoća u korištenju aplikacije, što može ograničiti njezinu učinkovitost i prihvaćenost. Stoga je važno primijeniti tri ključna načela dizajna učinkovitih korisničkih sučelja, a to su:

- Stavljanje korisnika u kontrolu
- Smanjenje opterećenja memorije korisnika
- Održavanje dosljednosti sučelja

Proces dizajna mobilne aplikacije započinje identifikacijom korisničkih potreba, zadataka i zahtjeva. Zatim se provodi analiza zadataka kako bi se definirale radnje korisnika unutar aplikacije. Na temelju toga stvaraju se korisnički scenariji koji pomažu u definiranju sučelja, poput rasporeda zaslona, ikona, teksta i navigacije. Različite dizajnerske i implementacijske tehnike koriste se kako bi se osiguralo da sučelje bude intuitivno, privlačno i ugodno za korisnike. Kvalitetno sučelje korisnika ključno je za uspjeh mobilne aplikacije, jer oblikuje korisničko iskustvo i percepciju kvalitete aplikacije.

Iz perspektive jednog studenta, aplikacija je poput temeljnog plana za kuću – nezamisliva bez detaljnog prikaza vrata, prozora i potrebnih priključaka za vodu, struju i telefon. Na isti način, mobilna aplikacija nije potpuna bez pažljivo osmišljenog korisničkog sučelja. Ovi elementi – "vrata, prozori i priključci" – predstavljaju srž dizajna sučelja mobilne aplikacije.

Iako su grafička korisnička sučelja, ikone i dodiri po zaslonu olakšali mnoge aspekte korištenja mobilnih aplikacija i dalje se suočavamo s aplikacijama koje su teške za korištenje, zbunjujuće i frustrirajuće. Bez obzira na trud uloženi u njihovu izradu, očito je da te poteškoće nisu stvorene namjerno.

Dizajn korisničkog sučelja mobilne aplikacije zahtijeva duboko razumijevanje korisnika: tko su korisnici, kako uče koristiti novu aplikaciju, kako interpretiraju informacije koje im aplikacija pruža te kakva iskustva očekuju. Ova pitanja su ključna pri razvoju sučelja koje će korisnicima omogućiti jednostavno i intuitivno korištenje aplikacije, te stvoriti pozitivno iskustvo koje će ih potaknuti na redovitu upotrebu.

3.3.1. Omogućite korisniku kontrolu

- **Definirajte načine interakcije na način koji ne prisiljava korisnika na nepotrebne ili neželjene radnje**

Na primjer, ako korisnik odabere opciju provjere pravopisa u izborniku tekstualnog procesora, aplikacija prelazi u način provjere pravopisa. Međutim, korisnik ne bi trebao biti prisiljen ostati u načinu provjere pravopisa ako želi napraviti manju izmjenu teksta usput. Korisnik bi trebao moći jednostavno ući i izaći iz načina interakcije.

- **Osigurajte fleksibilnu interakciju**

Različiti korisnici imaju različite preferencije interakcije, stoga aplikacija treba omogućiti izbor. Na primjer, aplikacija bi mogla omogućiti korisniku interakciju putem naredbi na tipkovnici, pokreta prstima po zaslonu, prepoznavanja glasa ili gesta. Važno je prilagoditi interakciju korisničkim potrebama.

- **Dopustite korisničku interakciju da bude obustavljena i poništiva**

Čak i ako je korisnik uključen u niz radnji, trebao bi imati mogućnost prekida niza kako bi obavio druge zadatke, a istovremeno zadržavajući već obavljeni rad. Korisnik bi trebao moći poništiti ili ispraviti bilo koju radnju bez gubitka podataka.

- **Optimizirajte interakciju kako korisničke vještine napreduju i dopustite personalizaciju interakcije**

Korisnici često ponavljaju iste radnje, stoga je korisno omogućiti naprednijim korisnicima prilagodbu sučelja kako bi olakšali svoje interakcije s aplikacijom.

- **Sakrijte tehničke detalje od korisnika.**

Korisničko sučelje treba korisnika odvesti u virtualni svijet aplikacije, bez izlaganja složenih tehničkih detalja. Korisnik ne bi trebao biti svjestan operativnog sustava ili drugih tehničkih aspekata aplikacije.

Dizajnirajte sučelje za direktnu interakciju s objektima na zaslonu. Korisnik osjeća kontrolu kada može manipulirati objektima na zaslonu na način koji odgovara fizičkom iskustvu. Na primjer, aplikacija koja omogućuje korisniku "povlačenje" ili "širenje" objekata na zaslonu predstavlja primjer izravne manipulacije.

3.3.2. Smanjite opterećenje korisnikovog pamćenja

Što više korisnik mora pamtit, to će interakcija s sustavom biti podložnija pogreškama. Zbog toga dobro dizajnirano korisničko sučelje ne opterećuje korisnikovu memoriju. Kad god je to moguće, sustav bi trebao "zapamtiti" bitne informacije i pomoći korisniku s interakcijskim scenarijem koji olakšava pamćenje.

- **Smanjite zahtjev za kratkoročnim pamćenjem**

Kada su korisnici uključeni u složene zadatke, zahtjev za kratkoročnim pamćenjem može biti značajan. Sučelje treba biti dizajnirano tako da smanji potrebu za pamćenjem prošlih radnji i rezultata. To se može postići pružanjem vizualnih znakova koji omogućuju korisniku prepoznavanje prošlih radnji, umjesto da ih se mora sjetiti.

- **Uspostavite značajne zadane vrijednosti**

Početni set opcija zadanih vrijednosti trebao bi biti smislen za prosječnog korisnika, ali korisnik bi trebao moći odrediti individualne preferencije. Međutim, opcija "reset" trebala bi biti dostupna kako bi se omogućila ponovna definicija izvornih zadanih vrijednosti.

- **Vizualni raspored sučelja trebao bi se temeljiti na metafori stvarnog svijeta**

Primjerice, sustav za plaćanje računa trebao bi koristiti metaforu čeka i bankovne kartice kako bi korisnika vodio kroz proces plaćanja računa. To omogućuje korisniku da se osloni na dobro shvaćene vizualne znakove.

- **Postupno otkrivanje informacija**

Sučelje bi trebalo biti organizirano hijerarhijski. To znači da se informacije o zadatku, objektu ili nekom ponašanju trebaju prvo prikazati na visokoj razini apstrakcije. Više detalja trebalo bi se prikazati nakon što korisnik pokaže interes odabirom opcije prstom i tada se dolazi do više informacija o određenoj temi ili opciji.

3.3.3. Održavajte dosljednost sučelja

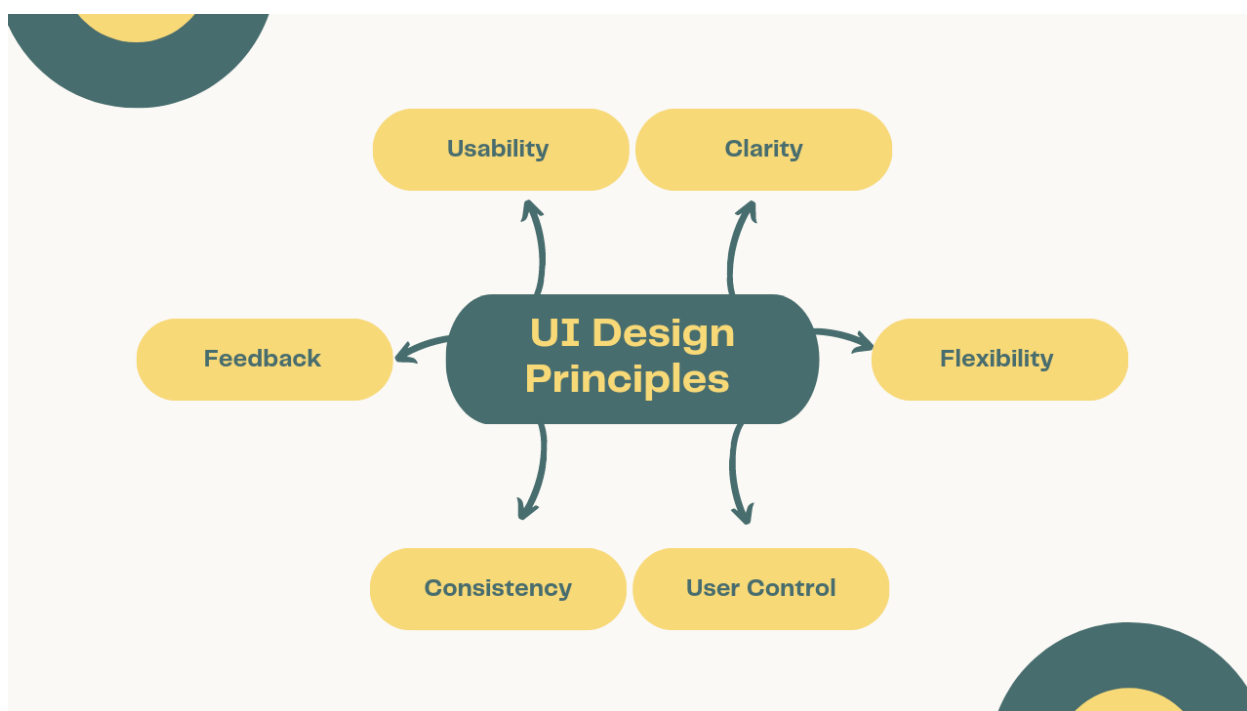
Sučelje bi trebalo prikazivati i prikupljati informacije na dosljedan način. To implicira da svi vizualni podaci budu organizirani prema standardnom dizajnu koji se održava na svim zaslonima, mehanizmi unosa budu ograničeni na ograničeni skup koji se dosljedno koristi tijekom cijele aplikacije i mehanizmi za navigaciju od zadatka do zadatka budu dosljedno definirani i implementirani

- **Omogućite korisniku da stavi trenutni zadatak u smisleni kontekst**

Mnoga sučelja implementiraju složene slojeve interakcija s desecima slika zaslona. Važno je pružiti indikatore (npr. naslove prozora, grafičke ikone, dosljedno korištenje boja) koji omogućuju korisniku da zna kontekst trenutnog rada. Osim toga, korisnik bi trebao moći odrediti odakle dolazi i koje alternative postoje za prijelaz na novi zadatak ili na novu funkciju u samoj aplikaciji.

- **Održavajte dosljednost između skupa aplikacija**

Skup aplikacija trebao bi implementirati ista pravila dizajna kako bi se održala dosljednost u svim interakcijama. U slučaju da postoji mobilna aplikacija i web aplikacija, tada te dvije stvari moraju biti dosljedne i jednake, bez prevelikih odstupanja.



Slika 9: Principi UI dizajna

(Izvor: [linkedin.com](https://www.linkedin.com))

4. User Experience (UX)

Iako je konkretan opis onoga što UX dizajner radi još uvijek predmet žestoke rasprave, opći dojam među profesionalcima je da su UX dizajneri prije svega zabrinuti za to kako proizvod djeluje i kako osiguravaju da proizvod logički teče od jednog koraka do drugog. Iako se UX stručnjaci obično povezuju s radom u području digitalnih proizvoda, njihov cilj se nije puno promijenio kroz povijest. Dizajneri korisničkog iskustva i dalje su zabrinuti za proizvode i sustave te osiguravaju da su dizajnirani i uređeni kako bi logički točno funkcionirali, osiguravajući jednostavnost upotrebe za krajnjeg korisnika. Poput povijesnih dizajnera koji su igrali uloge dizajnera, inženjera, obrtnika i menadžera, suvremeni UX profesionalci nose mnoge kape. Iako se u velikim timovima ove uloge mogu podijeliti među pojedincima, nije neuobičajeno da UX dizajner također bude zadužen za to kako je proizvod postavljen (dizajn sučelja), kako proizvod izgleda (vizualni dizajn) i kako korisnici interaktivno komuniciraju s proizvodima (istraživanje korisnika).[18]

Moderan dizajner korisničkog iskustva je majstor svih zanata i usmjeren je na korisnika, stvarajući proizvode koji logično rade, a njihovi poslovi postaju sve zahtjevniji. Unatoč dvadesetogodišnjoj povijesti UX-a, tek je u posljednjih nekoliko godina profesija došla u prvi plan, a to je uglavnom zbog gotovo sveprisutnosti digitalnih sučelja koje vidimo u našem svakodnevnom životu. S obzirom na to da se sve više platformi premješta online i na mobilne uređaje, sada postoji generacija digitalno rođenih ljudi koji više nisu zadovoljni prosječnim digitalnim iskustvima.[20]

Samo u SAD-u, više od dvije trećine odrasle populacije posjeduje pametne telefone, a očekuje se da će taj broj rasti u narednim godinama. S obzirom na učestalost tih uređaja, tvrtke su počele procjenjivati troškove i koristi poboljšanja ili ignoriranja svojih digitalnih platformi. Tvrtke s izuzetno učinkovitim UX-om mogle su povećati svoj prihod za 37%, a problemi s funkcionalnošću uzrokovati da 87% korisnika izbriše istu. Dodatno, 90% korisnika prijavljuje da prestaju koristiti aplikaciju zbog loše izvedbe, a 86% korisnika vjeruje da je izvanredno korisničko iskustvo vrijedno dodatnog plaćanja. S obzirom na to koliko su ova sučelja integrirana u naše svakodnevne živote, nije čudo što su i naša očekivanja od njihovog performansa porasla. U ovom vremenu, dizajn korisničkog iskustva može koštati ili donijeti poslovima bogatstvo, a ulaganje u korisnički usmjeren, logičan dizajn korisničkog iskustva i inovacije nikada nije bilo tako važno.[19]

4.1. Kako postići "User Friendly" aplikaciju?

Kada stvaramo nešto što je "korisnički prijateljsko", bitno je osigurati da je korisnik glavni fokus. Budući da će upravo korisnici koristiti aplikaciju, dizajn mora biti usmjeren prema njihovim potrebama kako bi ih zadržao zainteresiranima i motiviranim za ponovnu uporabu. Jedan način za postizanje cilja korisnički prijateljske aplikacije je prikupljanje podataka. To se može učiniti putem povratnih informacija, to je ono radi čega se zapravo i radi ovaj istraživački rad. Da se dobije povratna informacija koja uvelike pomaže pri razvoju same aplikacije i popravku iste.

Isto tako je važno imati potencijalne korisnike od kojih će se prikupljati podaci. Ako ne stvarate aplikaciju za određenog klijenta ili grupu korisnika, onda je bolje uopće ne krenuti u njezinu daljnju izradu. Prilikom dizajniranja aplikacije, ciljana publika mora biti u mislima. Bez publike, kakav je smisao stvaranja aplikacije? Kada korisnici pruže podatke, vrlo je važno također uzeti u obzir jesu li podaci valjani ili ne. Drastične promjene ne mogu se napraviti na temelju prijedloga samo jednog korisnika. Važno je zapamtiti da svaka osoba ima različite načine rješavanja problema ili prepreka. Treba razmišljati izvan okvira prilikom razmatranja dizajna aplikacije i zato je važno prikupiti što više podataka od što više korisnika. Stvaranje predloška dobar je plan za početak dizajnerskog procesa. Prije nego što se išta napravi, trebao bi postojati koncept kako će aplikacija izgledati. To može biti u obliku detaljnog predloška, dijagrama tijekom rada ili polu funkcionalnog prototipa. U ovom radu pokušat ćemo se fokusirati na detaljan vizualni predložak. Nema potrebe obaviti funkcionalni dizajn na ovoj fazi, samo skica krajnjeg proizvoda. To će olakšati proizvodnju i implementaciju.

Dobro poznata kratica K.I.S.S. može se primijeniti prilikom pristupa korisničkom dizajnu. Kratica označava "Keep it simple , stupid". Važno je osigurati da dizajn nije previše kompliciran. Inače, korisnici se mogu izgubiti ili zbuniti pokušavajući koristiti aplikaciju. Treba se paziti da dizajn bude učinkovit, ali ne i prekomjerno kompliciran. Izreka "manje je više" vrijedi prilikom dizajniranja aplikacije. Dok držite stvari jednostavnima, također je važno zapamtiti biti kreativan. To može biti rizičan potez i možda neće uspjeti, ali to je i kako se dolazi do novih spoznaja. Zašto bi korisnik odabrao ovu aplikaciju ako već postoji nešto slično i služi istoj svrsi?

4.1.1. Primjena univerzalnih načela dizajna

Iako se može činiti kao vrlo mala stavka u procesu dizajniranja aplikacije, odlučivanje o bojama je vrlo važno. Odabir boja može pomoći u stvaranju određenog raspoloženja ili osjećaja dizajna. Ako korisnici budu privučeni bojama, to može stvoriti dojam povjerenja u aplikaciju, povećavajući vjerojatnost da će uživati u korištenju aplikacije i nastaviti je koristiti. Ako dizajn ima lošu kombinaciju boja, može stvoriti negativan dojam o aplikaciji, odbijajući korisnike da se vrate. S dobrom kombinacijom boja, može pomoći korisnicima da ostanu angažirani i razviju pozitivan osjećaj prema aplikaciji.

Sljedeće načelo dizajna koje treba uzeti u obzir je vidljivost. Načelo vidljivosti navodi da su sustavi korisniji kada jasno pokazuju svoj status, moguće radnje koje se mogu izvršiti i posljedice radnji nakon što se izvrše. To znači da korisnici moraju jasno znati što se trenutno događa i što će se dogoditi ako se izvrši određena radnja. Vidljivost uključuje sve na zaslonu što se koristi kako bi se naglasila određena stavka ili radnja. To uključuje font, prozirnost, istaknutost, status i boju/kontrast. Ako korisnik zna ishod svoje radnje prije nego što je izvrši, imat će vrlo jasno razumijevanje kako će aplikacija funkcionirati. Upotreba vidljivosti može pomoći dizajnu da usmjeri korisnike prema važnim elementima.

Tri univerzalna načela dizajna koja idu ruku pod ruku su dosljednost, ograničenje i kontrola. Prema načelu dosljednosti, sustavi su korisniji i lakši za učenje kada slični dijelovi slično izražavaju. Osiguravanje da svaki dio dizajna bude dosljedan pomoći će korisnicima da shvate da će sve funkcionirati na isti način unutar dizajna i stvoriti fluidnost.

Također, mora postojati određeno ograničenje u dizajnu. Ovo, zajedno s dosljednošću, ograničit će broj radnji koje korisnik mora izvršiti, smanjujući mogućnost pogrešaka korisnika. Kontrola se treba primijeniti na dizajn poznavanjem ciljane publike. U ovom slučaju, to će biti svi sportaši koji su možda već koristili slične aplikacije, ali također, ni jedan novi korisnik ne bi trebao biti potpuno izgubljen u korištenju iste.

5. Aplikacija "StayFit"

StayFit je vizualni pokušaj prikaza za inovativnu mobilnu aplikaciju koja će revolucionirati način na koji ljudi pronalaze sportske partnere i rezerviraju sportske terene širom Hrvatske. Naša glavna svrha je povezati ljude koji dijele istu strast prema aktivnom načinu života te im omogućiti jednostavnu rezervaciju terena za svoje omiljene sportske aktivnosti. Budući da trenutno u Hrvatskoj ne postoji slična aplikacija, StayFit otvara nove mogućnosti za ljude da pronađu partnere za sport i aktivnosti u svojoj blizini te da iskoriste svoje slobodno vrijeme na aktivan i zabavan način.

Aplikacija za pronalazak sportskih partnera i rezervaciju sportskih terena trebala bi imati niz funkcionalnosti kako bi pružila korisnicima sve što im je potrebno za ugodno iskustvo. Ovo su samo neke od ključnih karakteristika koje bi takva aplikacija trebala imati:

1. **Kreiranje profila:** Korisnici bi trebali izvršiti registraciju i stvoriti profil s informacijama o sebi, svojim sportskim interesima, razini vještine i dostupnosti.
2. **Pretraga sportskih partnera:** Omogućite korisnicima da pretražuju i pronalaze druge ljude koji žele igrati isti sport ili vježbati u isto vrijeme i na istom mjestu.
3. **Rezervacija terena:** Integrirajte sustav rezervacije koji omogućuje korisnicima da rezerviraju sportske terene, dvorane za određeno vrijeme ili koristiti javni prostor poput javnih sportskih terena u parkovima i sličnim lokacijama.
4. **Recenzije i ocjene:** Omogućite korisnicima da ocjenjuju i recenziraju druge korisnike s kojima su igrali, kao i sportske objekte koje su koristili. To može pomoći u stvaranju povjerenja među korisnicima.
5. **Obavijesti i podsjetnici:** Upozoravajte korisnike na dolazeće rezervacije, događaje ili poruke od potencijalnih sportskih partnera.
6. **Chat i poruke:** Omogućite korisnicima da komuniciraju putem privatnih poruka kako bi dogovorili detalje susreta ili dijelili informacije o sportskim aktivnostima.

7. **GPS lokacija:** Integrirajte GPS kako bi korisnici mogli pronaći sportske objekte i terene u svojoj blizini, ali i ono najvažnije partnere i aktivnosti koje se događaju u njegovoj neposrednoj blizini.
8. **Kalendari i rasporedi:** Omogućite korisnicima da vode evidenciju o svojim sportskim aktivnostima putem kalendara ili rasporeda koji se lako može dijeliti s drugim korisnicima.
9. **Plaćanje i naplata:** Ako se koristi sustav rezervacija, integrirajte mogućnost online plaćanja za rezervacije terena ili članarina za sportske klubove.
10. **Personalizacija:** Prilagodite iskustvo korisnika na temelju njihovih preferencija i povijesti korištenja aplikacije, nudeći preporuke za sportske partnere ili aktivnosti koje bi ih mogle zanimati.
11. **Sigurnost i privatnost:** Osigurajte da su korisnički podaci sigurni i privatni, te da su korisnici zaštićeni od bilo kakvih zloupotreba ili neželjenih kontakata.
12. **Socijalne funkcije:** Uključite elemente društvenih mreža koji omogućuju korisnicima da dijele svoje sportske uspjehe, fotografije ili videozapise te da se povežu s drugim korisnicima koji dijele iste interese.

Ove su funkcionalnosti samo osnovni okvir, ali svakako bi trebalo razmotriti dodatne značajke koje bi mogle obogatiti korisničko iskustvo i učiniti aplikaciju privlačnijom, što će se još vidjeti kroz anketu u kojoj će ljudi izjasniti svoja mišljenja, moguće promjene i dodatne značajke.

5.1. Uloga i važnost logotipa za aplikaciju "StayFit"

Logo predstavlja srž vizualnog identiteta brenda i igra ključnu ulogu u prepoznavanju i pozicioniranju proizvoda na tržištu. U digitalnom dobu, gdje su aplikacije postale dio svakodnevnog života, učinkovit i prepoznatljiv logotip može značajno utjecati na uspjeh aplikacije.



Slika 10: Logo aplikacije StayFit

(Izvor: autor)

Vizualni elementi:

- **Zelena boja:** Pin u obliku lokacije obojen je u zelenu boju, simbolizirajući zdravlje, vitalnost i sport
- **Crna pozadina:** Crna pozadina daje ozbiljnost i profesionalnost logotipu
- **Bijeli tekst:** Tekst "STAY FIT" napisan bijelim slovima jasno ističe ime aplikacije i čini ga lako čitljivim

Simbolika i značenje:

- **Pin u obliku lokacije:** Simbolizira funkciju aplikacije koja omogućuje korisnicima pronalazak i rezervaciju sportskih terena.
- **Linije nalik teniskoj loptici:** Ove linije unutar pina dodatno naglašavaju sportski aspekt aplikacije, sugerirajući aktivnost i dinamiku.

Kroz proučene literature navedeno je kako su logotipi više od jednostavnih vizualnih simbola, oni prenose osnovne vrijednosti i misiju brenda. Keller (2013) naglašava da snažan vizualni identitet značajno doprinosi stvaranju vrijednosti brenda, jer pomaže korisnicima da se emocionalno povežu s brendom i povećava njihovu lojalnost. [21]

David A. Aaker (1991) u svojoj knjizi "Managing Brand Equity" naglašava ključnu ulogu logotipa u razlikovanju brenda na konkurentnom tržištu. Logotipi omogućuju brendu da bude prepoznatljiv, što pomaže potrošačima da ga brzo identificiraju i pamte među mnogim konkurentima. Aaker ističe da jednostavni i upečatljivi logotipi olakšavaju potrošačima pamćenje brenda, a dosljedna upotreba logotipa u svim komunikacijskim materijalima jača prepoznatljivost i povjerenje potrošača.[22]

Alina Wheeler (2017) u knjizi dodatno istražuje kako različiti aspekti logotipa, poput boja, oblika i tipografije, mogu izazvati specifične emocionalne reakcije korisnika. Wheeler objašnjava da boje imaju snažan psihološki učinak i mogu izazvati različite emocije. Na primjer, plava boja često se povezuje s povjerenjem i pouzdanošću, dok crvena može izazvati osjećaje uzbuđenja i energije. Također, boje mogu imati različite kulturne konotacije, što je važno uzeti u obzir prilikom dizajniranja logotipa za globalne brendove. Što se tiče oblika, Wheeler ističe da geometrijski oblici poput krugova, kvadrata i trokuta mogu prenijeti različite poruke. Krugovi često simboliziraju zajedništvo i integritet, dok kvadrati mogu prenijeti stabilnost i profesionalnost. Mekši, fluidni oblici mogu stvoriti osjećaj kreativnosti i prijateljstva.[23]

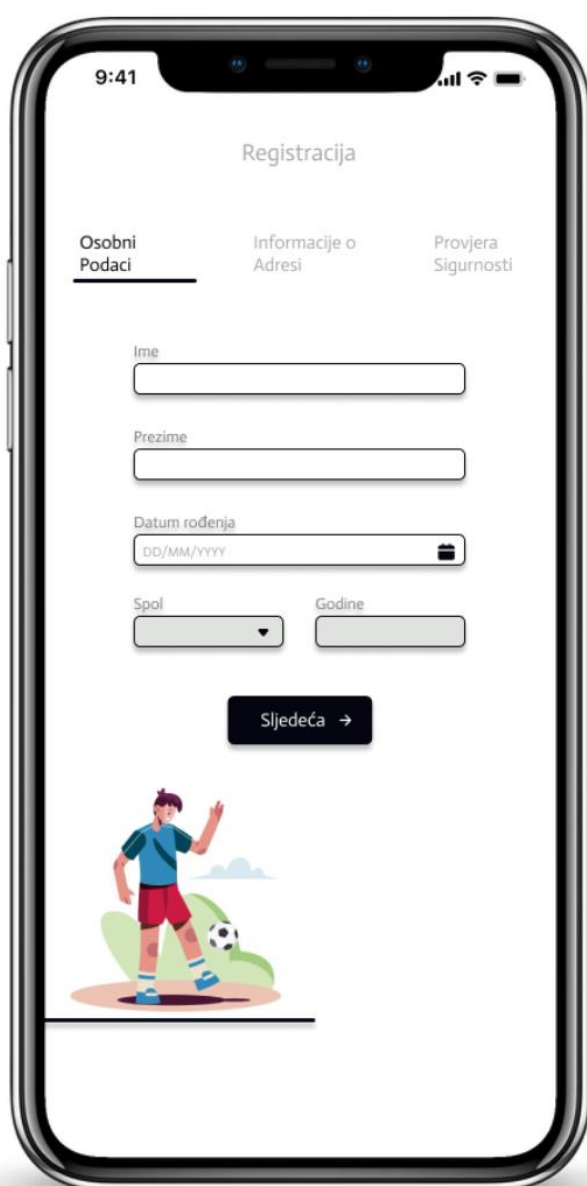
Tipografija također igra važnu ulogu u oblikovanju percepcije brenda. Različiti fontovi mogu prenijeti različite tonove i osobnosti. Serifni fontovi često se doživljavaju kao tradicionalni i pouzdani, dok sans-serifni fontovi mogu izgledati modernije i pristupačnije. Ključna je i lakoća čitanja, što pomaže u bržem prepoznavanju i pamćenju brenda.

5.2. Kreiranje profila i prijava

Korisnici koji žele koristiti aplikaciju StayFit trebaju najprije kreirati korisnički račun. Proces registracije uključuje nekoliko koraka kako bi se prikupili potrebni podaci i osigurala sigurnost korisnika.

Prvi korak: Osobni podaci

U prvom koraku registracije korisnik treba unijeti osnovne podatke kao što su ime, prezime, datum rođenja, spol i godine. Ovi podaci su potrebni kako bi se aplikacija mogla prilagoditi korisniku i pružiti mu odgovarajuće usluge.



The image shows a smartphone screen displaying a registration form. At the top, the time is 9:41. The form is titled "Registracija" and has three tabs: "Osobni Podaci", "Informacije o Adresi", and "Provjera Sigurnosti". The "Osobni Podaci" tab is selected. The form contains the following fields: "Ime" (text input), "Prezime" (text input), "Datum rođenja" (date picker with a calendar icon), "Spol" (dropdown menu), and "Godine" (text input). Below the form is a dark button labeled "Sljedeća →". At the bottom of the screen, there is an illustration of a soccer player in a blue jersey and red shorts, standing on a green field with a soccer ball.

Slika 11: Osobni podaci

(Izvor: autor)

Drugi korak: Informacije o adresi

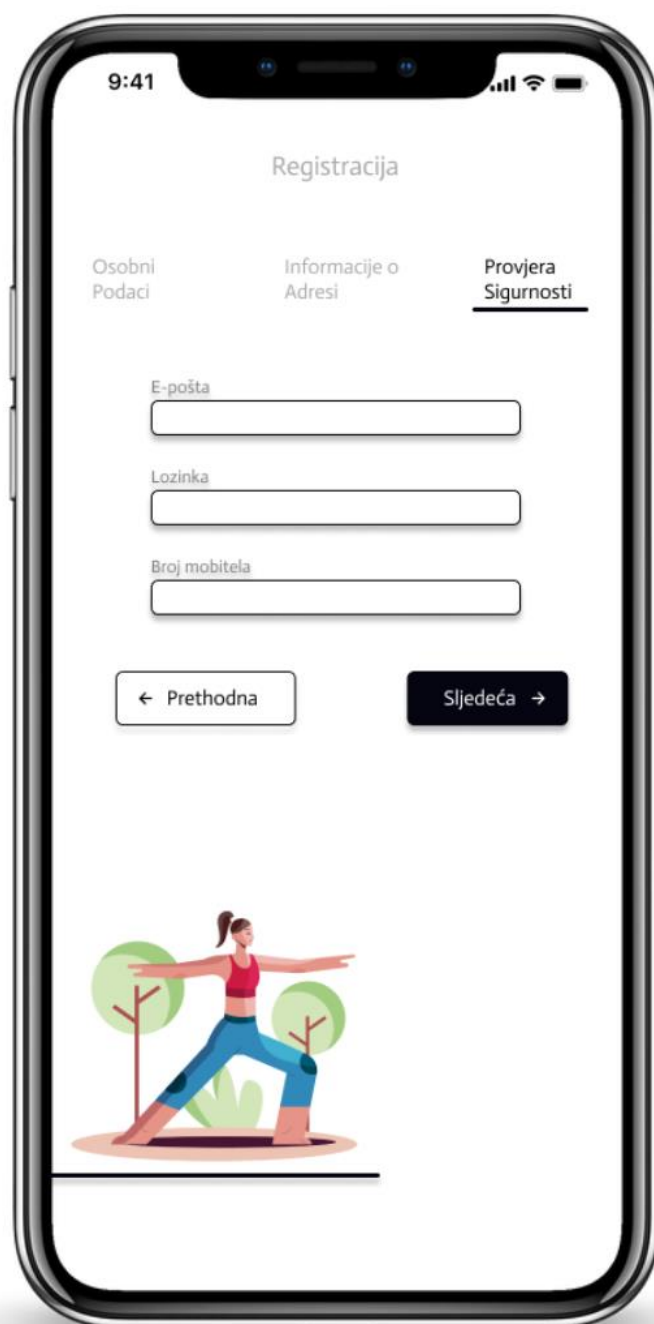
Nakon unosa osobnih podataka, korisnik prelazi na unos informacija o adresi. Ovdje je potrebno unijeti adresu, poštanski broj, grad i državu. Ovi podaci pomažu u lokalizaciji usluga i omogućuju preciznije korištenje aplikacije.



*Slika 12: Informacije o adresi
(Izvor: autor)*

Treći korak: Provjera sigurnosti

U posljednjem koraku registracije, korisnik unosi sigurnosne podatke kao što su e-pošta, lozinka i broj mobitela. Ovi podaci su ključni za zaštitu korisničkog računa i omogućuju komunikaciju s korisnikom u slučaju potrebe.



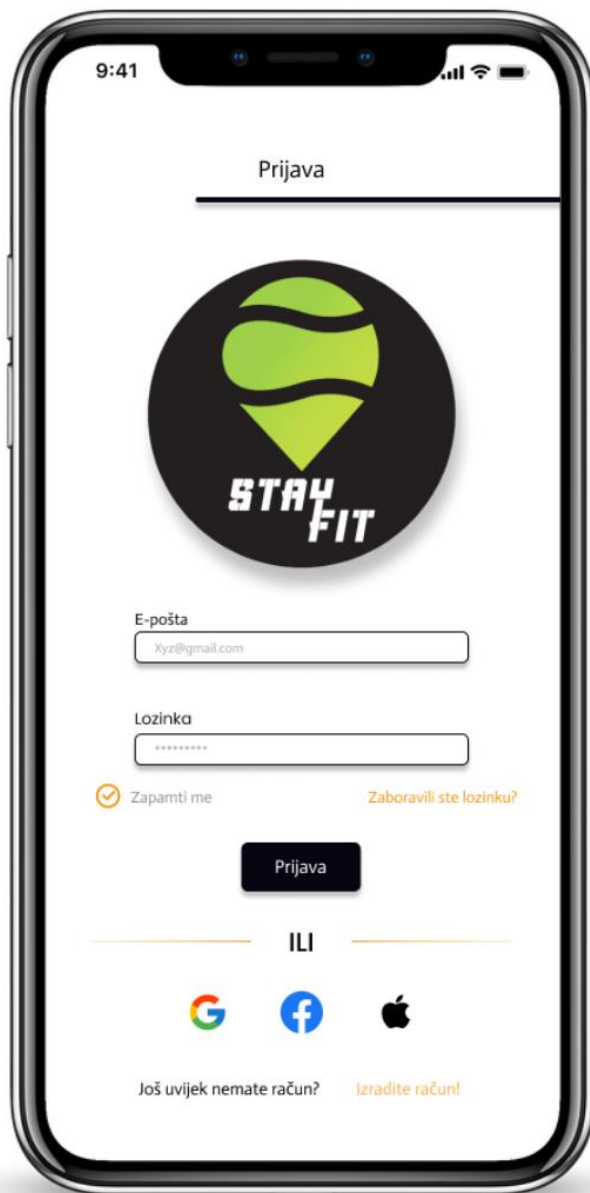
The image shows a smartphone screen displaying a registration form. At the top, the time is 9:41. The title of the screen is "Registracija". Below the title, there are three tabs: "Osobni Podaci", "Informacije o Adresi", and "Provjera Sigurnosti", with the last one being selected and underlined. The form contains three input fields: "E-pošta", "Lozinka", and "Broj mobitela". Below the input fields, there are two buttons: "← Prethodna" and "Sljedeća →". At the bottom of the screen, there is an illustration of a woman in a red top and blue pants performing a yoga pose on a mat, with stylized trees in the background.

Slika 13: Provjera sigurnosti

(Izvor: autor)

Prijava

Nakon što je korisnik uspješno kreirao račun, može se prijaviti u aplikaciju pomoću svoje e-pošte i lozinke. Također, korisnici imaju opciju prijave putem Google, Facebook ili Apple računa. Ukoliko korisnik zaboravi lozinku, može koristiti opciju "Zaboravili ste lozinku?" za njezin oporavak.



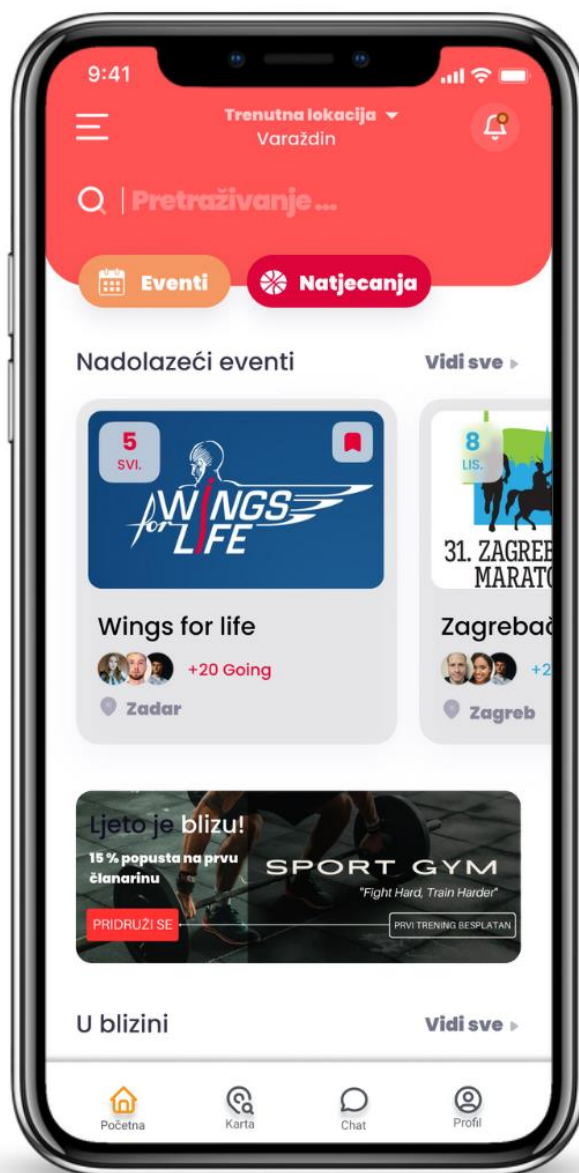
Slika 14: Prijava

(Izvor: autor)

Jednom kada se korisnik prijavi, pristupa početnom zaslonu aplikacije. Ako korisnik već ima kreiran račun i koristi novi uređaj, bit će mu prikazan prozor za prijavu. Dizajn korisničkog sučelja je jednostavan i intuitivan, što olakšava navigaciju kroz proces registracije i prijave.

5.3. Početni zaslon

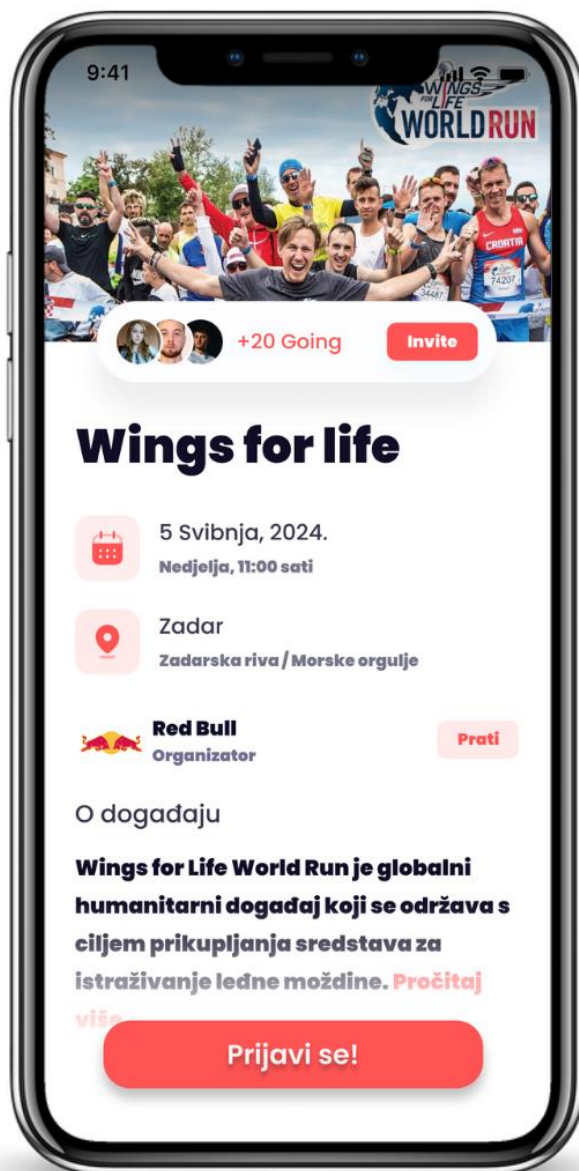
Na slici je prikazano početno sučelje aplikacije koje omogućuje korisnicima pretraživanje i pregledavanje sportskih događaja i natjecanja. U gornjem dijelu ekrana vidimo traku za pretraživanje koja korisnicima omogućuje jednostavno pronalaženje određenih sportskih događaja ili natjecanja unosom ključnih riječi. Ispod trake za pretraživanje nalaze se dva gumba - jedan za pregled "Eventi" i drugi za "Natjecanja". Klikom na bilo koji od ovih gumba, korisnik može pregledati listu dostupnih događaja ili natjecanja.



Slika 15: Početni zaslon

(Izvor: autor)

U sekciji "Nadolazeći eventi" prikazani su neki od predstojećih događaja, kao primjer navedeni su "Wings for Life" u Zadru i "31. Zagrebački maraton" u Zagrebu. Klikom na određeni događaj, korisnik može dobiti detaljnije informacije o tom događaju, uključujući mjesto održavanja, vrijeme, opis događaja, organizator, broj prijavljenih sudionika i mogućnost prijave.



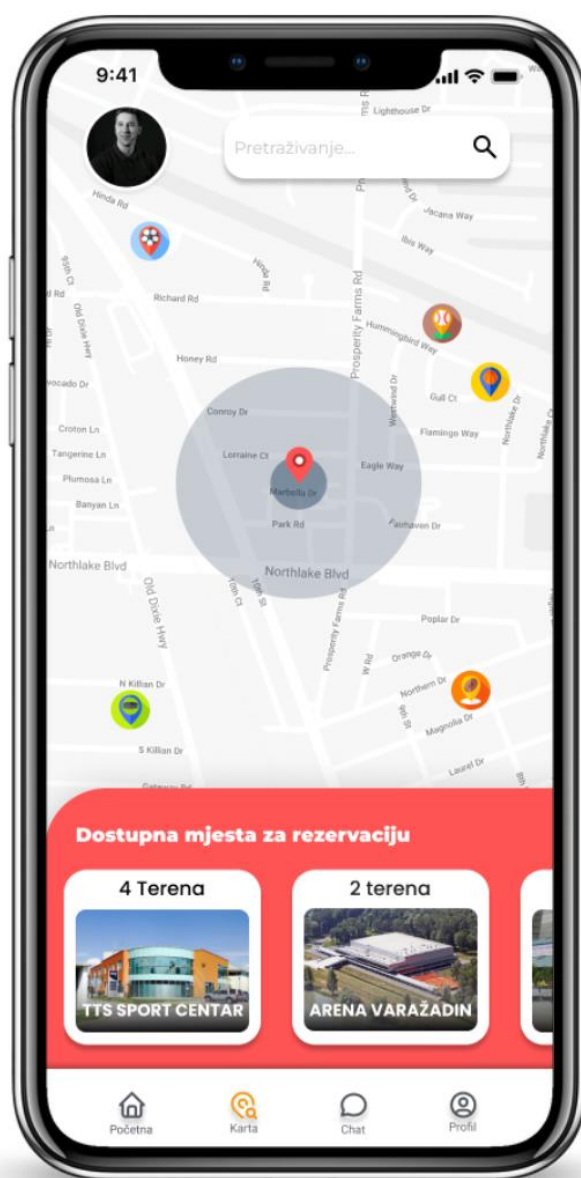
Slika 16: Informacije o događaju

(Izvor: autor)

Osim prikaza nadolazećih događaja, na dnu ekrana nalazi se reklama za "Sport Gym", koja nudi popust na prvu članarinu i besplatan prvi trening. Ove reklame i sponzorstva pomažu u financiranju aplikacije, čime se osigurava da aplikacija ostane besplatna za sve korisnike. Kroz sponzorstva i prikazivanje relevantnih reklama, aplikacija ne samo da podržava svoje operativne troškove, već i dodatno pomaže korisnicima u pronalasku korisnih ponuda i promocija povezanih sa sportom i fitnessom.

Na ovoj slici prikazan je glavni zaslon za pretraživanje sportskih objekata. Korisnik može vidjeti svoju trenutnu lokaciju na karti, označenu crvenim markerom, te okolne sportske objekte označene specifičnim ikonama koje prikazuju različite lokacije i terene.

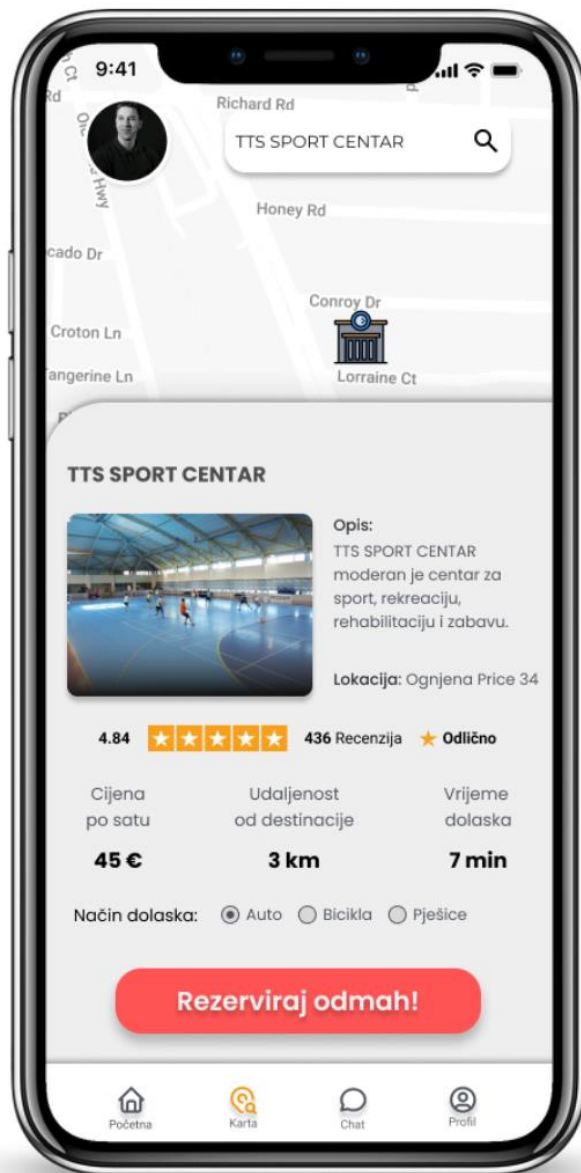
Nadalje, korisnik može pregledati dostupna mjesta za rezervaciju terena prikazana ispod karte. Svaki sportski centar prikazuje broj dostupnih terena, što omogućava jednostavan pregled i odabir željenog objekta. Klikom na određeni sportski centar, korisnik može dobiti više informacija i napraviti rezervaciju.



*Slika 18: Pregled objekata i terena
(Izvor: autor)*

5.5. Rezerviranje

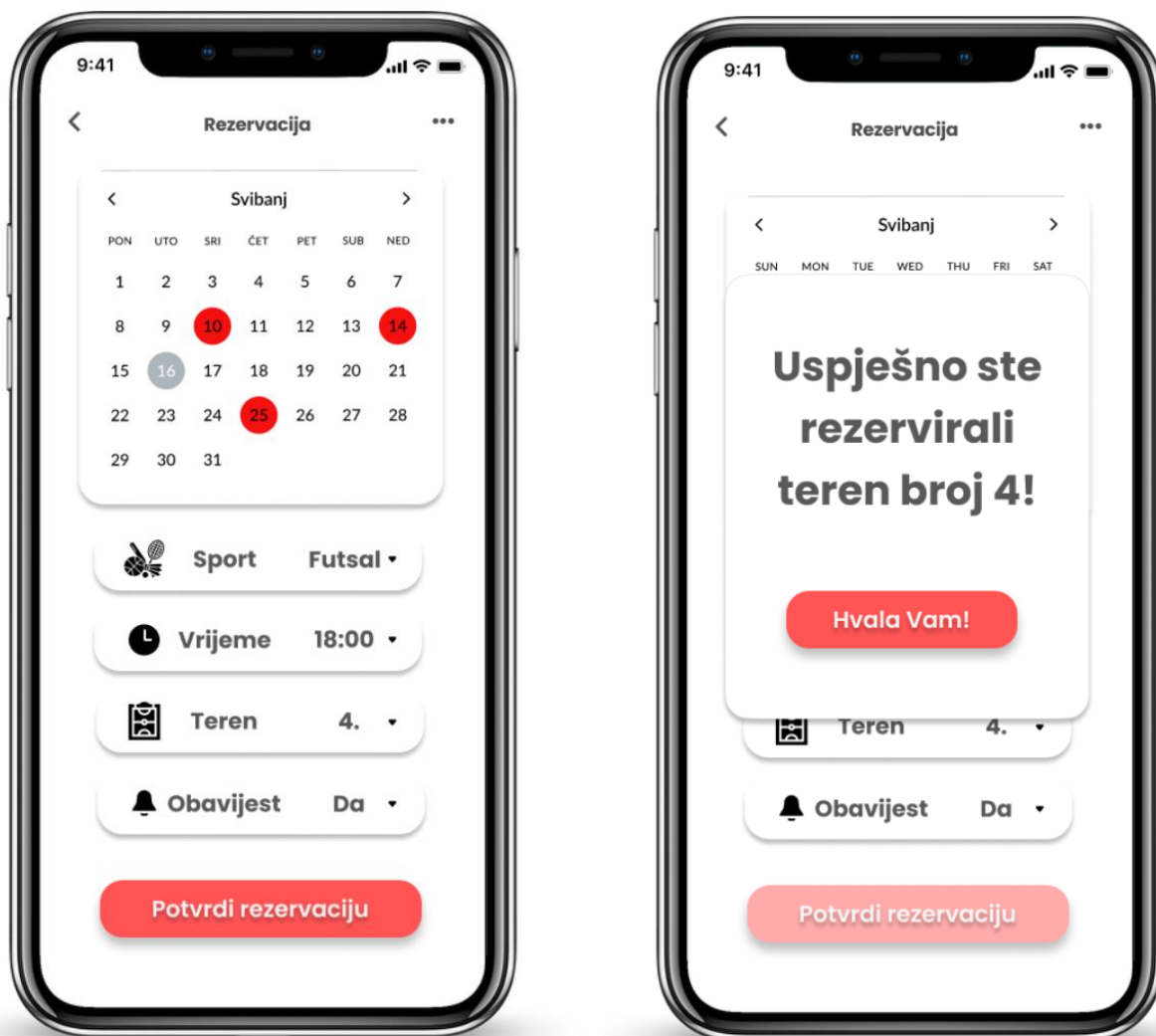
Na prvoj slici je prikazano sučelje aplikacije za pregled i rezervaciju sportskih centara. U ovom primjeru prikazan je "TTS sport centar". Na vrhu ekrana nalazi se karta s lokacijom centra, a ispod nje su detaljne informacije o centru.



*Slika 19: Informacije o terenu i objektu
(Izvor: autor)*

Korisnici mogu vidjeti opis centra kao i točnu adresu samog sportskog centra. Također su prikazane recenzije korisnika kao i ostale informacije uključujući cijenu po satu korištenja terena, udaljenost od trenutne lokacije korisnika do centra i procijenjeno vrijeme dolaska. Korisnici mogu birati način dolaska do centra, bilo automobilom, biciklom ili pješke.

Na dnu ekrana nalazi se gumb "Rezerviraj odmah!" koji omogućava korisniku da brzo izvrši rezervaciju. Klikom na gumb "Rezerviraj odmah!" korisnik prelazi na sučelje za izradu nove rezervacije sportskog terena.



Slika 20: Rezerviranje

(Izvor: autor)

Na slikama je prikazan kalendar za rezervaciju sportskih terena. Kalendar omogućava pregled slobodnih termina, pri čemu su neki dani označeni crvenom bojom, što znači da su ti termini zauzeti ili nedostupni.

Korisnici mogu birati između različitih sportova, a u ovom primjeru odabran je futsal. Postoje opcije za odabir vremena i terena, pri čemu je vrijeme postavljeno na 18:00 sati, a teren na broj 4. Također, postoji opcija postavljanja obavijesti o rezervaciji, koja je u ovom slučaju aktivirana. Kada su svi potrebni parametri uneseni, korisnik može potvrditi rezervaciju pritiskom na gumb "Potvrđi rezervaciju".

5.6. Kreiranje događaja

Da bi sama aplikacija imala smisao, omogućeno je korisnicima da izrade nove sportske događaje. Događaj se može označiti na mapi pomoću ikone koja se nalazi u gornjem dijelu ekrana. Ova ikona omogućuje korisniku precizno lociranje mjesta održavanja događaja na karti, što olakšava sudionicima pronalaženje lokacije.



Slika 21: Kreiranje događaja

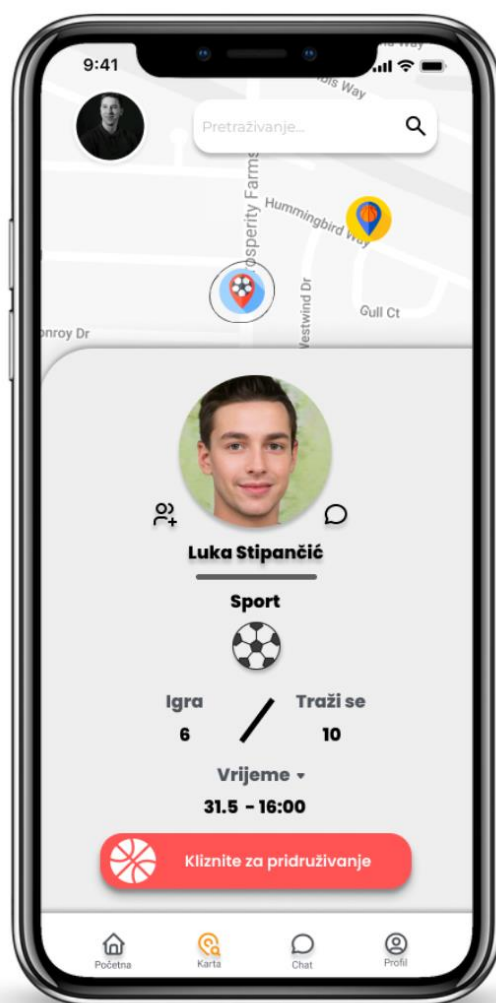
(Izvor: autor)

U donjem dijelu ekrana, korisnik može unijeti naziv događaja, odabrati sport, te postaviti datum i vrijeme održavanja. Nakon popunjavanja svih informacija, korisnik može označiti opciju "Pozovi prijatelje" kako bi obavijestio svoje kontakte o novom događaju. Nakon što su svi detalji uneseni, korisnik može kliknuti na gumb "Izradi!" kako bi kreirao događaj.

Također, postoji mogućnost dijeljenja događaja putem različitih društvenih mreža kao što su Twitter, Instagram, Facebook i LinkedIn. Ovo omogućuje širu vidljivost događaja i lakše okupljanje sudionika. Kroz ovu funkcionalnost, korisnici mogu jednostavno organizirati i promovirati sportske aktivnosti, čime se potiče zajedničko bavljenje sportom i povezivanje s drugim sportskim entuzijastima.

5.7. Pridruživanje događaju

U gornjem dijelu ekrana nalazi se karta s lokacijom sportskog događaja i ikona koja označava točnu lokaciju održavanja. Ispod karte nalazi se profil sportskog partnera, koji j stvorio sportski događaj. Prikazana je njegova slika, ime, te sport za koji traži ostale sudionike. Dodatne informacije uključuju broj igrača koji trenutno sudjeluju i broj igrača koji su još potrebni za kompletnu momčad, kao i samo vrijeme održavanja sportskog događaja Korisnici imaju mogućnost pridruživanja samo sa jednim pokretom po ekranu što omogućava korisnicima da se brzo i jednostavno pridruže odabranom sportskom događaju.



Slika 22: Pridruživanje događaju

(Izvor: autor)

5.8. Chat

Da bi dogovor između korisnika prošao u što lakšem tonu potreban je chat, koji omogućava korisnicima da komuniciraju, koordiniraju termine i dijele informacije o sportskim aktivnostima.



Slika 23. Chat

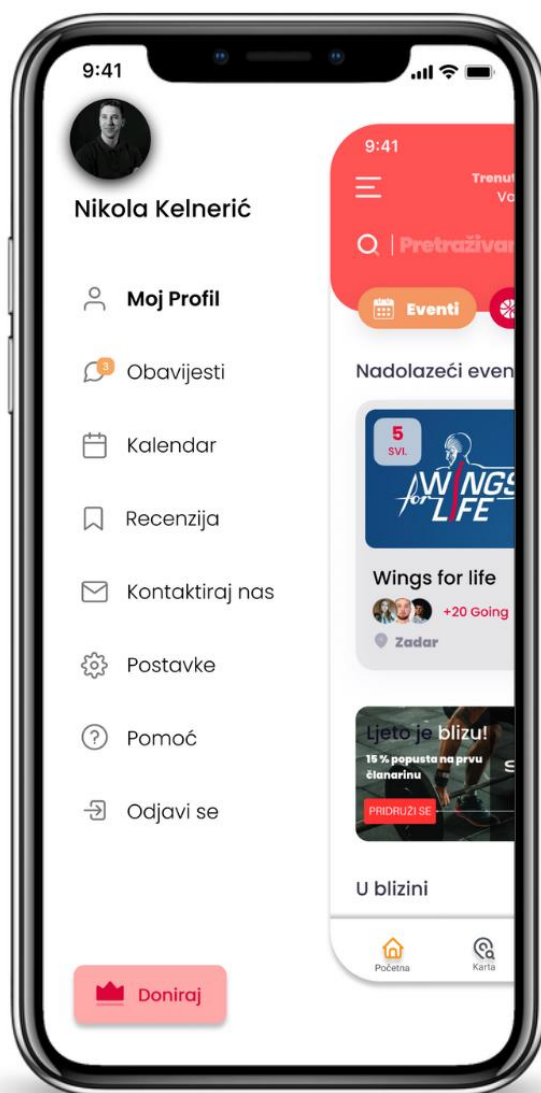
(Izvor: autor)

Na slici 1 (lijevo), vidljiv je glavni ekran chata s popisom razgovora. Ovaj prikaz omogućava korisnicima brzi pristup komunikaciji, čime se pojednostavljuje organizacija sportskih susreta i održavanje kontakta s prijateljima i partnerima.

Na slici 2 (desno), prikazan je detaljni prikaz individualnog razgovora, gdje korisnici mogu dogovarati termine, slati glasovne poruke i kreirati događaje. Ova funkcionalnost značajno poboljšava koordinaciju među korisnicima, omogućujući im efikasnu i brzu komunikaciju, što je presudno za uspješno planiranje sportskih aktivnosti.

5.9. Korisnički profil i ostale funkcionalnosti

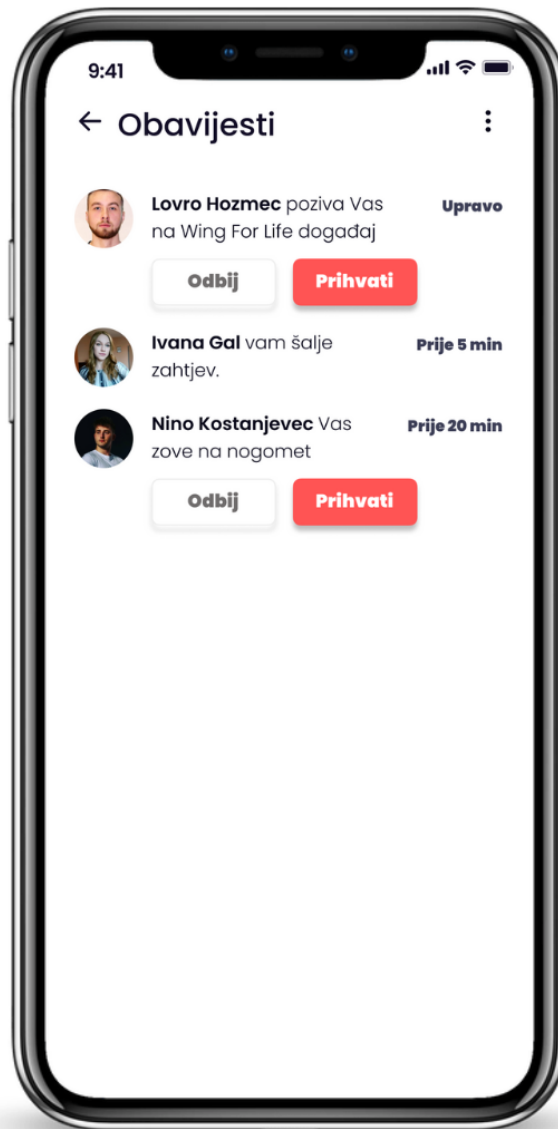
Ovaj izbornik omogućava korisnicima pristup ključnim opcijama unutar aplikacije, olakšavajući organizaciju i sudjelovanje u sportskim aktivnostima.



Slika 24: Korisnički profil

(Izvor: autor)

- **Korisnički profil:** Ova stavka omogućava korisnicima pregled i uređivanje vlastitih informacija, uključujući osobne podatke, sportske preferencije i postavke privatnosti. Personalizacija profila pomaže u povezivanju s odgovarajućim sportskim partnerima i događajima.
- **Obavijesti:** Ovdje korisnici mogu pregledavati sve važne obavijesti, kao što su pozivi na događaje, poruke od drugih korisnika i podsjetnici na nadolazeće termine. Redovite obavijesti osiguravaju da korisnici budu pravovremeno informirani i uključeni u aktivnosti.



Slika 25: Obavijesti

(Izvor: autor)

- **Kalendar:** Ova stavka omogućava korisnicima pregled svih zakazanih sportskih aktivnosti i događaja. Kalendar pomaže u učinkovitom planiranju i organizaciji vremena, osiguravajući da korisnici ne propuste važne termine.
- **Recenzija:** Korisnici ovdje mogu ostaviti povratne informacije o sportskim terenima, događajima i partnerima. Recenzije pomažu u poboljšanju kvalitete usluge i osiguravaju transparentnost unutar zajednice korisnika.
- **Kontaktiraj nas:** Ova opcija pruža korisnicima mogućnost da se izravno obrate timu za podršku aplikacije. Bilo da imaju pitanja, prijedloge ili trebaju pomoć, korisnici mogu brzo i jednostavno stupiti u kontakt s podrškom.

- **Postavke:** Korisnici mogu prilagoditi postavke aplikacije prema svojim potrebama, uključujući obavijesti, privatnost i preferencije za prikaz. Prilagodba postavki osigurava bolje korisničko iskustvo i optimalnu funkcionalnost aplikacije.
- **Pomoć:** Ova stavka nudi korisnicima pristup često postavljanim pitanjima i vodičima za korištenje aplikacije. Pomoć je ključna za brzo rješavanje problema i učenje o različitim funkcijama aplikacije.
- **Odjavi se:** Ovdje se korisnici mogu sigurno odjaviti iz aplikacije, osiguravajući privatnost i sigurnost njihovih podataka.
- **Doniraj:** Ova opcija omogućava korisnicima da podrže daljnji razvoj aplikacije putem donacija. Donacije pomažu u održavanju i unapređenju usluga koje aplikacija pruža, osiguravajući trajnu vrijednost za sve korisnike.

6. Istraživanje

Cilj ovog istraživanja je temeljito procijeniti potencijal mobilne aplikacije StayFit, koja je osmišljena kako bi korisnicima omogućila pronalazak sportskih partnera i rezervaciju sportskih terena. Primarni fokus istraživanja je razumjeti kako korisnici trenutno doživljavaju postojeće metode rezervacije sportskih terena i koliko su zadovoljni njima. Istraživanje također nastoji utvrditi spremnost korisnika da prihvate StayFit kao alternativno rješenje koje može unaprijediti njihovo iskustvo rezervacije i međusobnog povezivanja s drugim sportašima.

Pored toga, cilj istraživanja je analizirati kako demografski faktori kao što su dob, spol, razina obrazovanja i učestalost bavljenja sportom utječu na percepciju i prihvaćanje aplikacije StayFit. Poseban naglasak je stavljen na prikupljanje povratnih informacija o dizajnu i funkcionalnostima aplikacije, kako bi se identificirali ključni elementi koji bi mogli doprinijeti njenom uspjehu na tržištu. Istraživanje također ima za cilj dobiti korisničke prijedloge i sugestije za poboljšanje aplikacije, čime će se osigurati da StayFit zadovoljava stvarne potrebe i očekivanja korisnika.

Sveobuhvatno, ovo istraživanje će pružiti vrijedne uvide u to kako korisnici doživljavaju postojeće sustave rezervacije sportskih terena, koliko su spremni prihvatiti novu tehnologiju i kako se StayFit može optimizirati za postizanje maksimalnog korisničkog zadovoljstva i uspjeha.

6.1. Način provođenja ankete

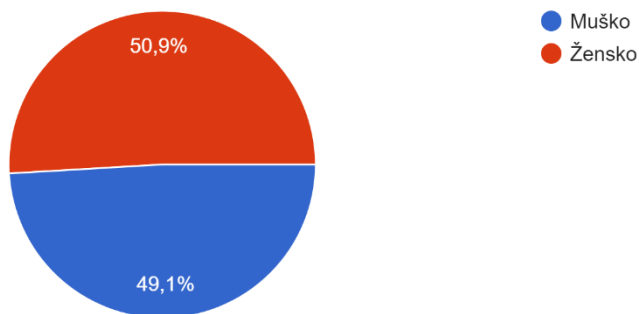
Anketa će biti provedena putem Google Forms, online platforme koja omogućuje jednostavno kreiranje, distribuciju i analizu anketa. Ovaj pristup odabran je zbog svojih prednosti kao što su pristupačnost, anonimnost ispitanika i mogućnost brzog prikupljanja podataka. Period provođenja ankete bit će od 1.6 do 25.6, kako bi se omogućio dovoljno dug vremenski okvir za sudjelovanje različitih korisnika.

Anketa će se sastojati od 28 pitanja koja će obuhvatiti različite aspekte vezane uz aplikaciju StayFit. Cilj je dobiti detaljne informacije o demografskim podacima sudionika, trenutnim metodama rezervacije sportskih terena, načinima pronalaska sportskih partnera, percepciji koncepta aplikacije StayFit i povratnim informacijama o specifičnim elementima aplikacije.

7. Anketa – rezultati

7.1. Spol, dob i razina obrazovanja

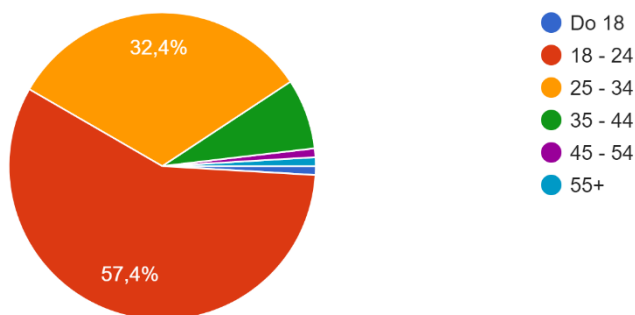
Spol
108 odgovora



Grafikon 1: Spol

Prvi grafikon prikazuje spolnu strukturu ispitanika. Omjer muškaraca i žena je gotovo izjednačen, s 50,9% žena i 49,1% muškaraca i ta podjela osigurava uravnotežen prikaz stavova i iskustava oba spola.

Koja je vaša dobna skupina?
108 odgovora

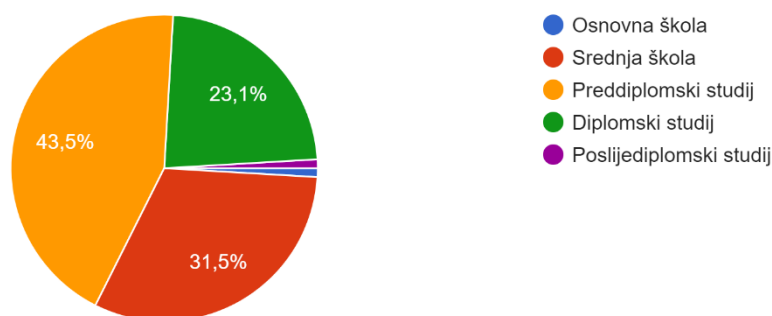


Grafikon 2: Dobna skupina

Drugi grafikon prikazuje dobnu strukturu ispitanika. Većina sudionika, njih 57,4%, pripada dobnoj skupini od 18 do 24 godine, dok je 32,4% u dobnoj skupini od 25 do 34 godine. Manji postotak ispitanika pripada ostalim dobnim skupinama, što ukazuje na veću zastupljenost mlađe populacije u istraživanju.

Koja je Vaša završena razina obrazovanja?

108 odgovora



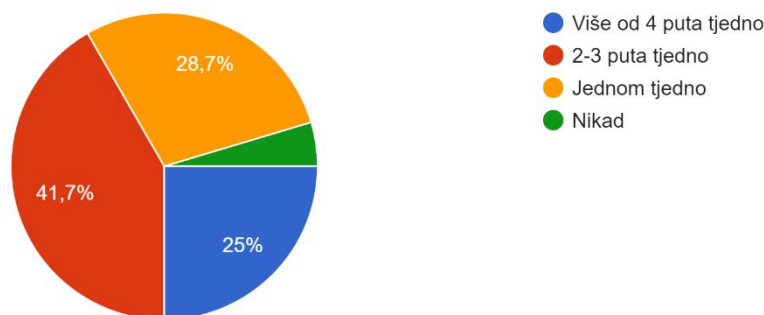
Grafikon 3: Razina obrazovanja

Treći grafikon prikazuje razinu obrazovanja ispitanika. Najveći broj ispitanika, njih 43,5%, završio je preddiplomski studij. Srednju školu završilo je 31,5% ispitanika, dok 23,1% ima završeni diplomski studij. Ostale razine obrazovanja, uključujući osnovnu školu i poslijediplomski studij, zastupljene su u manjem postotku.

7.2. Učestalost bavljenja sportom

Koliko često se bavite sportom ili tjelesnim aktivnostima?

108 odgovora



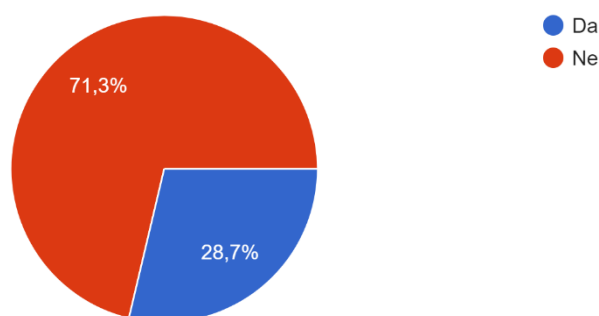
Grafikon 4: Učestalost bavljenja sportom

Četvrti grafikon o učestalosti bavljenja sportom pokazuje da većina ispitanika održava redovitu fizičku aktivnost. Najveći broj, njih 41,7%, bavi se sportom 2-3 puta tjedno, dok 28,7% to čini jednom tjedno, što ukazuje na svijest o važnosti tjelesne aktivnosti. Četvrtina ispitanika (25%) bavi se sportom više od 4 puta tjedno, što sugerira visoku razinu predanosti sportu. Najmanji dio, 4,6%, nikada se ne bavi sportom, što može biti povezano s raznim osobnim i zdravstvenim faktorima. Ovi rezultati ukazuju na pozitivne sportske navike unutar ispitanika.

7.3. Rezerviranje

Koristite li trenutno neku metodu za rezervaciju sportskih terena?

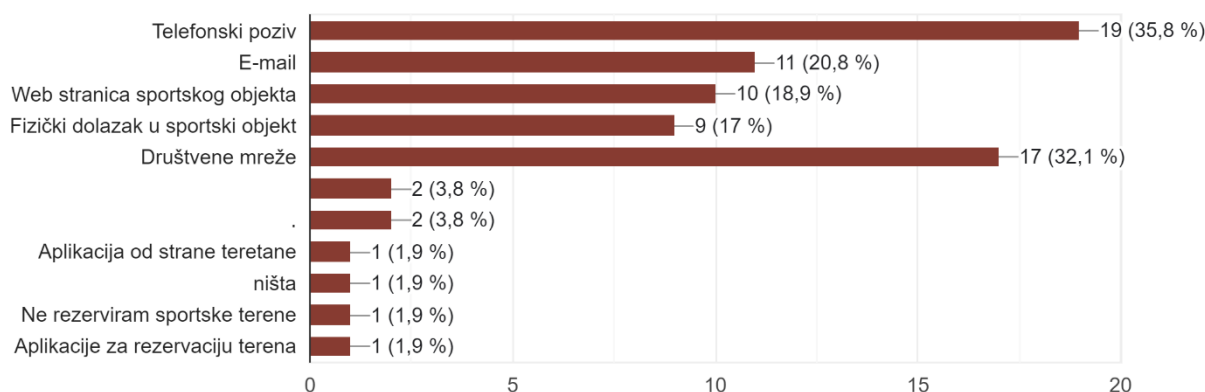
108 odgovora



Grafikon 5: Rezerviranje terena

Ako da, koje metode koristite? (Možete označiti više opcija)

53 odgovora



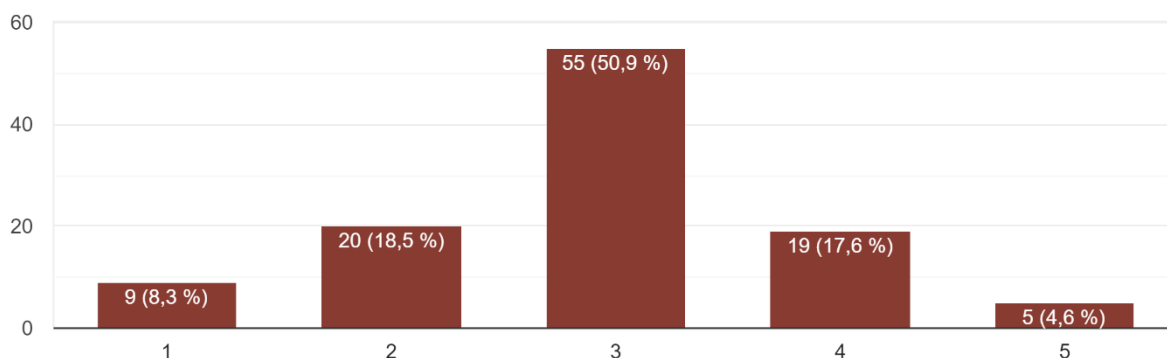
Grafikon 6: Metode rezervacije

Peti grafikon pokazao je da većina ispitanika od njih 53 ne koristi metode za rezervaciju sportskih terena (71,3%), dok 28,7% koristi neku metodu. Detaljniji uvid iz šestog grafikona, koji prikazuje metode koje koriste oni koji rezerviraju, otkriva da je najčešća metoda telefonski poziv (35,8%), zatim društvene mreže (32,1%), e-mail (20,8%), te web stranica sportskog objekta (18,9%). Fizički dolazak u sportski objekt koristi 17% ispitanika. Ostale metode poput aplikacija za rezervaciju terena ili aplikacija od strane teretane koriste se znatno rjeđe (manje od 4%).

S obzirom na to da samo 4% ispitanika koristi aplikacije za rezervaciju terena, jasno je da postoji veliki prostor za inovacije u ovom području. Kreiranje aplikacije StayFit moglo bi uvelike olakšati proces rezervacije sportskih terena i time potaknuti veći broj ljudi na korištenje modernih i praktičnih metoda. Aplikacija bi omogućila jednostavno i brzo rezerviranje, smanjila potrebu za telefonskim pozivima i fizičkim dolascima, te pružila korisnicima pregled slobodnih termina i mogućnost rezervacije u realnom vremenu.

Koliko ste zadovoljni trenutnim metodama rezervacije sportskih terena?

108 odgovora



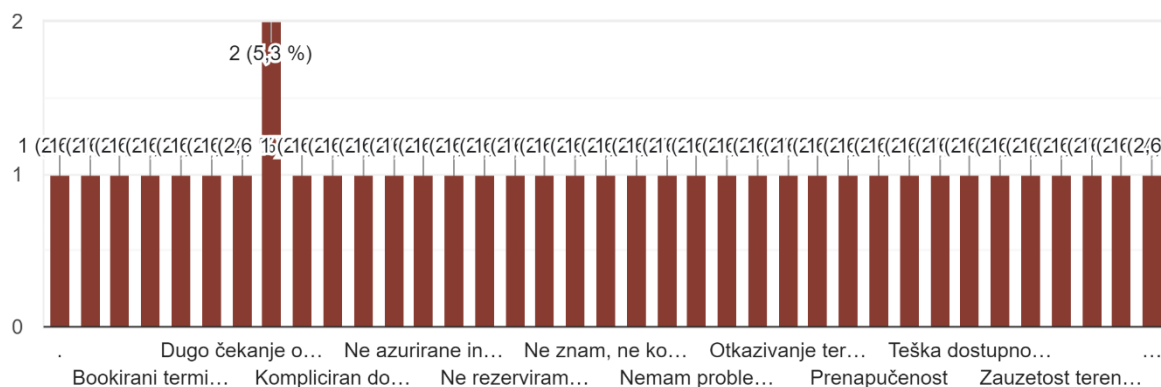
Grafikon 7: Zadovoljstvo kod rezervacije terena

Grafikon broj sedam prikazuje razinu zadovoljstva korisnika trenutnim metodama rezervacije sportskih terena na skali od 1 do 5, gdje je 1 najmanje zadovoljstvo, a 5 najveće zadovoljstvo. Najveći broj ispitanika (55 osoba ili 50,9%) ocijenio je svoje zadovoljstvo s ocjenom 3, što sugerira umjereno zadovoljstvo. Sljedeća najčešća ocjena je 2, koju je dalo 20 osoba (18,5%), što ukazuje na nezadovoljstvo. Ocjenu 4 dalo je 19 osoba (17,65%), što ukazuje veliko zadovoljstvo. Ocjenu 1, što označava vrlo nisko zadovoljstvo, dalo je 9 osoba (8,3%). Najmanji broj ispitanika, njih 5 (4,6%), ocijenilo je svoje zadovoljstvo s ocjenom 5, što označava vrlo visoko zadovoljstvo.

Ovi rezultati pokazuju da većina korisnika nije u potpunosti zadovoljna trenutnim metodama rezervacije sportskih terena, s većinom ocjena koncentriranih na sredinu skale. Ovo sugerira da postoji značajan prostor za poboljšanje usluga rezervacije.

Koji su glavni problemi s kojima se susrećete prilikom rezervacije sportskih terena?

38 odgovora



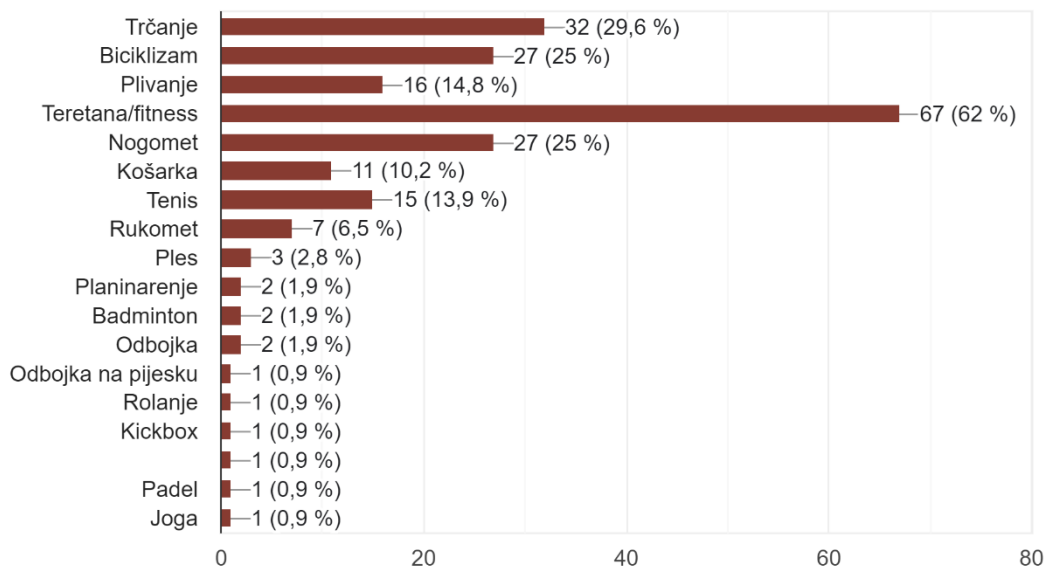
Grafikon 8: Glavni problemi pri rezervaciji terena

Podaci ukazuju na raznolikost problema s kojima se korisnici susreću prilikom rezervacije sportskih terena. Najčešći problem je otkazivanje termina, ali ostali problemi također imaju značajnu prisutnost. Neki od spomenutih problema bili su dugi period čekanja na odgovor prilikom rezervacije, često zauzeti termini, kompliciran pristup informacijama o dostupnosti termina, neažurirane informacije, nepoznavanje ili nekorisćenje aplikacija za rezervaciju...

7.4. Sport i socijalna interakcija

Koje sportske aktivnosti najčešće prakticirate?

108 odgovora



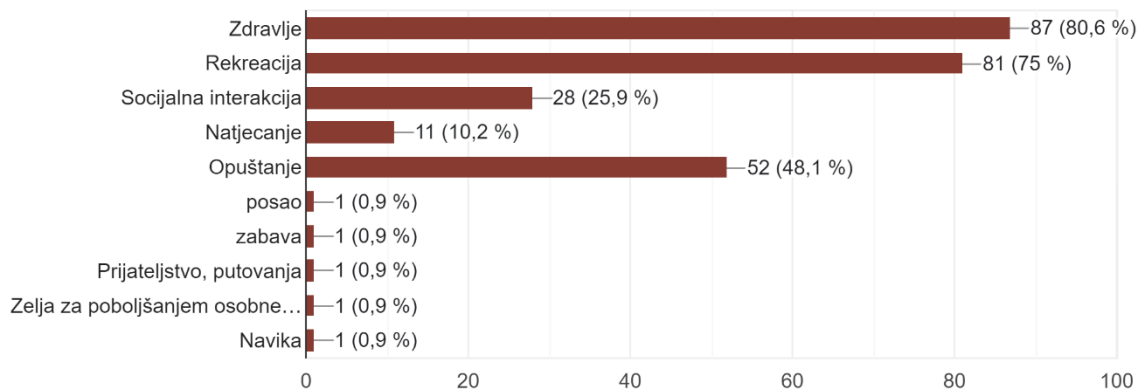
Grafikon 9: Sportske aktivnosti

Grafikon devet pokazuje koje sportske aktivnosti ispitanici najčešće prakticiraju. Najpopularnija aktivnost je teretana/fitness, koju prakticira 62% ispitanika, što sugerira da je značajan dio korisnika zainteresiran za sadržaje vezane uz fitness. Trčanje i biciklizam također su vrlo popularni, s udjelima od 29,6% i 25%, što ukazuje na potrebu za podrškom za aktivnosti na otvorenom u aplikaciji. Nogomet, s udjelom od 25%, i plivanje, s 14,8%, također su među češćim izborima, što može značiti potrebu za funkcijama koje olakšavaju organizaciju timskih sportova i rezervaciju bazena.

Ovi rezultati impliciraju da bi aplikacija StayFit trebala sadržavati funkcionalnosti koje podržavaju najčešće prakticirane aktivnosti. To uključuje personalizirane trening programe za teretanu, praćenje ruta za trčanje i biciklizam, te alate za organizaciju i koordinaciju timskih sportova poput nogometa, rukometa, odbojke...

Koji su razlozi zbog kojih se bavite sportom?

108 odgovora

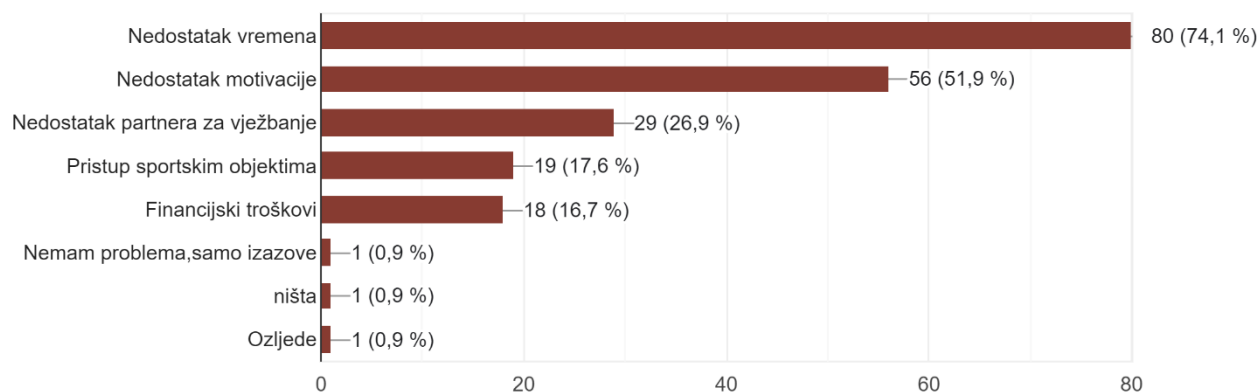


Grafikon 10: Razlozi bavljenja sportom

U ovom grafikonu korisnici su naveli razloge zbog kojih se bave sportom. Najvažniji razlog je zdravlje, koje je navelo 80,6% ispitanika, što ukazuje na to da većina korisnika vidi sport kao ključni element za očuvanje ili poboljšanje zdravlja. Rekreacija je drugi najčešći razlog, sa 75% ispitanika, što znači da sport ima značajnu ulogu u njihovom slobodnom vremenu i opuštanju. Socijalna interakcija je također važan faktor za 25,9% ispitanika, dok natjecanje motivira 10,2% njih. Opuštanje je navelo 48,1% ispitanika kao razlog bavljenja sportom, što sugerira da sport ima veliki značaj za mentalno zdravlje i redukciju stresa.

Koji su najveći izazovi s kojima se susrećete u održavanju redovite tjelesne aktivnosti?

108 odgovora

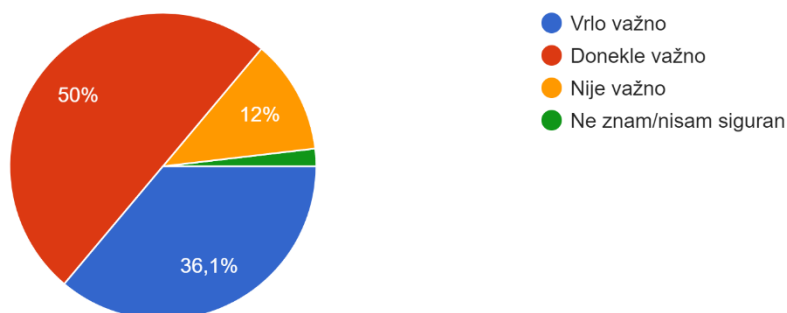


Grafikon 11: Najveći izazovi kod redovitog održavanja tjelesne aktivnosti

Grafikon 11 prikazuje najveće izazove s kojima se ispitanici susreću u održavanju redovite tjelesne aktivnosti. Najveći izazov za većinu ispitanika je nedostatak vremena, što je navelo 80 osoba (74,1%). Drugi po redu izazov je nedostatak motivacije, kojeg je navelo 56 osoba (51,9%). Nedostatak partnera za vježbanje također predstavlja značajan problem za 29 ispitanika (26,9%). Pristup sportskim objektima je izazov za 19 ispitanika (17,6%), dok financijski troškovi predstavljaju problem za 18 ispitanika (16,7%). Manji broj ispitanika naveo je druge probleme kao što su ozljede, s čime se suočava 1 osoba (0,9%), te pojedinačno izazove bez preciziranih problema, također 1 osoba (0,9%).

Ovi podaci ukazuju na ključne prepreke koje utječu na redovitu tjelesnu aktivnost, s naglaskom na organizacijske i motivacijske čimbenike. Nedostatak vremena i motivacije se pojavljuju kao dominantni izazovi, što može sugerirati potrebu za pronalaženjem rješenja koja će pomoći u boljoj organizaciji vremena i povećanju motivacije za tjelesnu aktivnost, koje bi aplikacija mogla riješiti sa lakšim i jednostavnijim organiziranjem.

Smatrate li da je pronalaženje sportskih partnera važno za motivaciju i uživanje u sportu?
108 odgovora



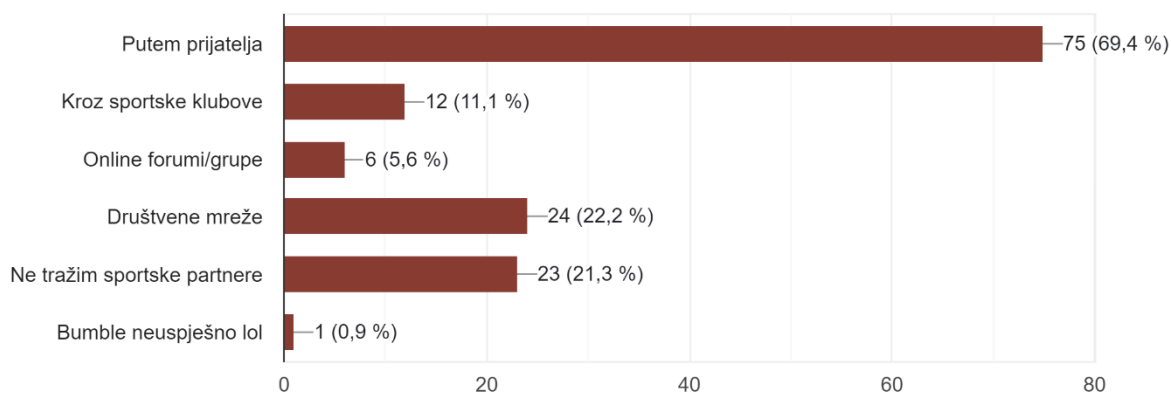
Grafikon 12: Važnost sportskog partnera na motivaciju

Grafikon 12 prikazuje stavove ispitanika o važnosti pronalaženja sportskih partnera za motivaciju i uživanje u sportu. Rezultati pokazuju da 36,1% ispitanika smatra pronalaženje sportskih partnera vrlo važnim, dok 50% ispitanika smatra da je to donekle važno. Samo 12% ispitanika smatra da pronalaženje sportskih partnera nije važno, dok je 1,9% ispitanika neodlučno ili nema mišljenje o ovom pitanju.

Ovi podaci ukazuju da većina ispitanika, njih 86,1%, smatra pronalaženje sportskih partnera važnim za motivaciju i uživanje u sportu. Rezultati sugeriraju da socijalna komponenta igra značajnu ulogu u sportskoj aktivnosti, te da bi pronalaženje sportskih partnera moglo biti ključan faktor za povećanje motivacije i redovite tjelesne aktivnosti, čime bi se riješio problem manjka motivacije.

Kako trenutno pronalazite sportske partnere ili ekipe za igranje?

108 odgovora



Grafikon 13: Trenutni način pronalaska sportskih partnera

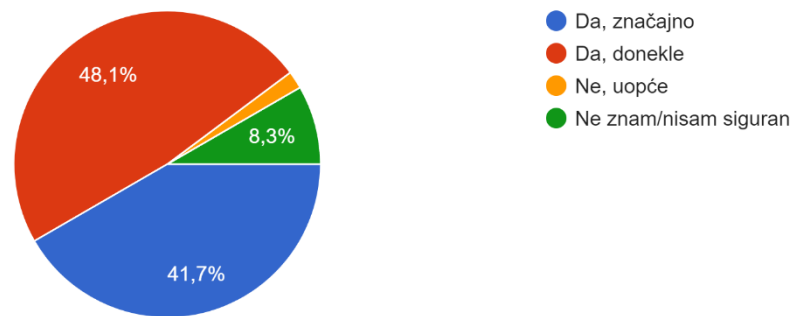
Grafikon 13 prikazuje načine na koje ispitanici trenutno pronalaze sportske partnere ili ekipe za igranje. Većina ispitanika, njih 69,4%, pronalazi sportske partnere putem prijatelja. Kroz sportske klubove partnere pronalazi 11,1% ispitanika, dok online forume ili grupe koristi 5,6% ispitanika. Društvene mreže su također popularan način pronalaska sportskih partnera, koriste ih 22,2% ispitanika.

Zanimljivo je da 21,3% ispitanika ne traži sportske partnere, što ukazuje na značajan broj pojedinaca koji preferiraju samostalno bavljenje sportom. Manji broj ispitanika, 0,9%, navodi da su neuspješno pokušali pronaći sportske partnere putem aplikacije Bumble.

Rezultati pokazuju da osobne veze, poput prijateljstava, igraju ključnu ulogu u pronalasku sportskih partnera. Istovremeno, društvene mreže i sportski klubovi predstavljaju značajne alternativne kanale za povezivanje s partnerima za sport.

Smatrate li da bi aplikacija za pronalaženje sportskih partnera mogla poboljšati vašu socijalnu interakciju?

108 odgovora



Grafikon 14: Socijalna interakcija

Grafikon prikazuje mišljenja ispitanika o tome bi li aplikacija za pronalaženje sportskih partnera mogla poboljšati njihovu socijalnu interakciju. Najveći dio ispitanika, njih 48,1%, smatra da bi aplikacija donekle poboljšala njihovu socijalnu interakciju. Značajan broj ispitanika, 41,7%, vjeruje da bi aplikacija značajno poboljšala njihovu socijalnu interakciju. Manji postotak ispitanika, 8,3%, ne vjeruje da bi aplikacija imala bilo kakav utjecaj na njihovu socijalnu interakciju. Najmanji broj ispitanika, 1,9%, nije siguran ili nema mišljenje o tome.

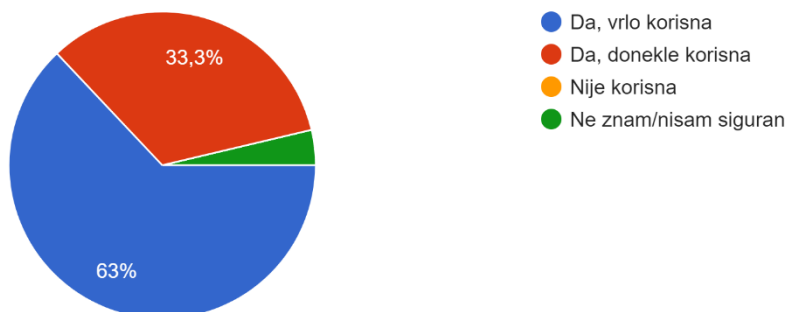
Ovi rezultati ukazuju na to da većina ispitanika vidi potencijal u aplikaciji za pronalaženje sportskih partnera kao sredstvu za poboljšanje socijalne interakcije, bilo značajno ili donekle. S obzirom na to da 48,1% ispitanika smatra da bi aplikacija donekle poboljšala njihovu socijalnu interakciju, a dodatnih 41,7% vjeruje da bi značajno poboljšala, može se zaključiti da ukupno 89,8% ispitanika vidi aplikaciju kao korisno sredstvo za poboljšanje socijalnih interakcija. Ovaj podatak ukazuje na visok potencijal i potrebu za takvom aplikacijom na tržištu.

Osim toga, može se zaključiti da je percepcija društvenih benefita korištenja aplikacije za pronalaženje sportskih partnera vrlo pozitivna među ispitanicima. Ova činjenica sugerira da bi razvoj i implementacija takve aplikacije mogli rezultirati ne samo poboljšanjem fizičke aktivnosti i sportskih performansi, već i značajnim društvenim prednostima. Poticanje socijalne interakcije kroz sport može doprinijeti općem poboljšanju kvalitete života, osjećaju zajedništva i motivaciji za redovitu tjelesnu aktivnost.

7.5. Aplikacija StayFit

Smatrate li da bi aplikacija koja omogućava rezervaciju sportskih terena i pronalazak sportskih partnera bila korisna i praktična?

108 odgovora



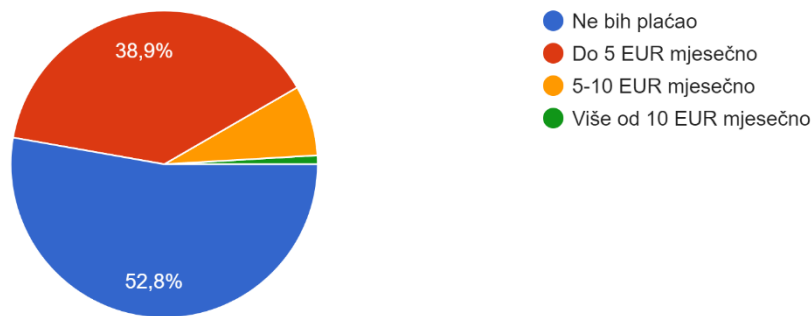
Grafikon 15: Korisnost pronalaska terena i partnera

Grafikon prikazuje stavove ispitanika o korisnosti i praktičnosti aplikacije koja omogućava rezervaciju sportskih terena i pronalazak sportskih partnera. Prema rezultatima, većina ispitanika, njih 63%, smatra da bi takva aplikacija bila vrlo korisna. Značajan dio ispitanika, 33,3%, vjeruje da bi aplikacija bila donekle korisna. Samo mali postotak ispitanika, njih 1,9%, smatra da aplikacija ne bi bila korisna, dok je još manji broj, također 1,9%, nesiguran ili nema mišljenje o tome. S obzirom na to da ukupno 96,3% ispitanika vidi vrijednost u takvoj aplikaciji, jasno je da postoji značajan interes i potreba za ovakvim digitalnim rješenjem.

Aplikacija koja nudi mogućnosti rezervacije sportskih terena i pronalaska sportskih partnera ima potencijal da bude vrlo popularna i široko prihvaćena među korisnicima. Ova podrška sugerira da bi aplikacija StayFit mogla uspješno zadovoljiti potrebe tržišta, povećavajući pristupačnost sportskih aktivnosti i olakšavajući korisnicima organizaciju njihovih sportskih rutina. Također, visoki interes za aplikaciju može doprinijeti povećanju broja korisnika, stvarajući veću bazu potencijalnih sportskih partnera, što dodatno pojačava korisničko iskustvo i ukupnu vrijednost aplikacije.

Koliko biste bili voljni platiti za korištenje aplikacije koja olakšava pronalaženje sportskih partnera i rezervaciju sportskih terena?

108 odgovora



Grafikon 16: Cijena aplikacije

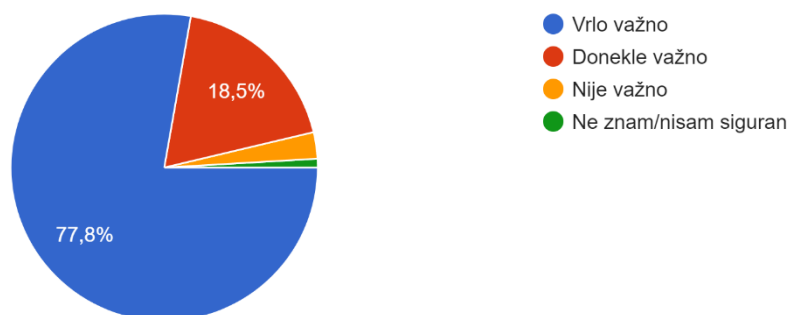
Grafikon prikazuje stavove ispitanika o spremnosti plaćanja za korištenje aplikacije koja olakšava pronalaženje sportskih partnera i rezervaciju sportskih terena. Prema rezultatima, najveći dio ispitanika, njih 52,8%, ne bi bio spreman plaćati za takvu aplikaciju. Značajan broj ispitanika, 38,9%, bio bi spreman plaćati do 5 EUR mjesečno. Manji postotak ispitanika, njih 6,5%, bio bi spreman plaćati između 5 i 10 EUR mjesečno, dok najmanji broj ispitanika, njih 1,9%, smatra da bi plaćao više od 10 EUR mjesečno.

Ovi podaci ukazuju na to da većina ispitanika ne bi bila voljna plaćati za korištenje aplikacije za pronalaženje sportskih partnera i rezervaciju sportskih terena. Međutim, postoji značajan udio ispitanika koji bi bili spremni platiti manju naknadu, što sugerira da bi freemium model mogao biti učinkovit. Uvođenje osnovnih besplatnih funkcionalnosti, uz mogućnost plaćanja za dodatne, premium usluge, moglo bi zadovoljiti potrebe većine korisnika dok istovremeno generira prihode.

Za aplikaciju ovi rezultati sugeriraju da bi bilo važno pažljivo razmotriti model monetizacije. Kako bi privukla većinu korisnika, aplikacija bi mogla ponuditi besplatne osnovne usluge, poput osnovnog pretraživanja sportskih partnera i rezervacija terena, dok bi dodatne funkcionalnosti, kao što su napredne opcije pretraživanja, personalizirani trening planovi ili premium podrška, mogle biti dostupne uz pretplatu. Na taj način, Stay Fit bi mogla zadovoljiti različite segmente tržišta, osiguravajući široku prihvaćenost i dugoročnu održivost.

Koliko je važno za Vas da sportska aplikacija bude jednostavna za korištenje?

108 odgovora

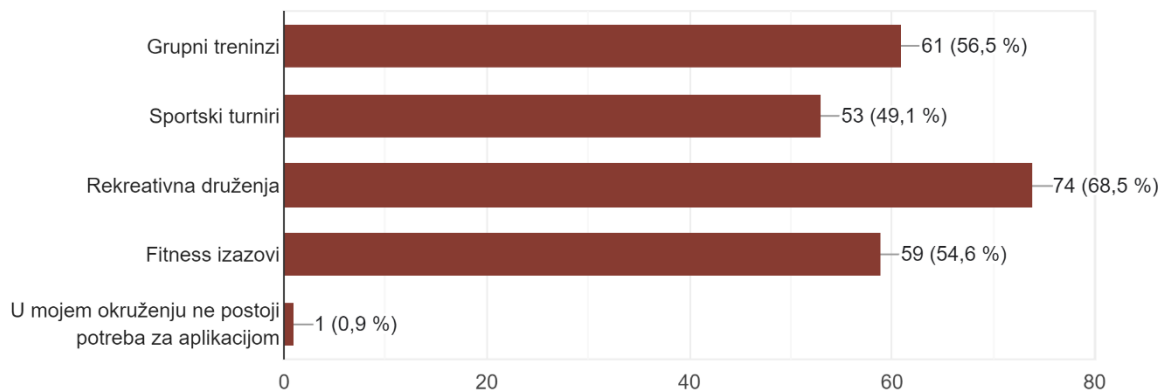


Grafikon 17: Jednostavnost za korištenje

Grafikon prikazuje važnost jednostavnosti korištenja sportske aplikacije. Prema rezultatima, 77,8% ispitanika smatra da je jednostavnost korištenja aplikacije vrlo važna. 18,5% ispitanika smatra da je donekle važna. 2,8% ispitanika smatra da nije važna. 0,9% ispitanika nije sigurno ili ne zna. Kako je velika većina ispitanika naglasila važnost jednostavnosti, aplikacija bi se trebala fokusirati na intuitivan i pristupačan dizajn za sve generacije kako bi privukla i zadržala korisnike.

Koje biste vrste sportskih aktivnosti voljeli vidjeti organizirane putem aplikacije?

108 odgovora

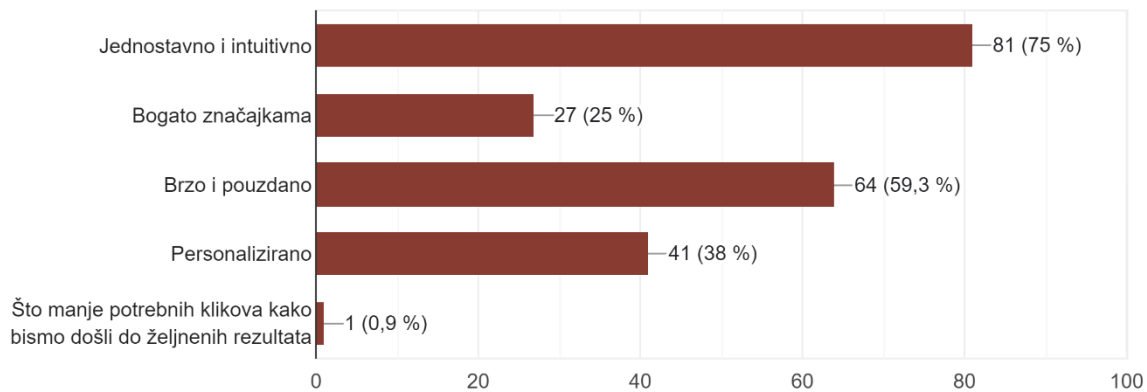


Grafikon 18: Sportske aktivnosti u aplikaciji

Grafikon prikazuje vrste sportskih aktivnosti koje ispitanici žele vidjeti organizirane putem aplikacije. Prema rezultatima, 68,5% ispitanika želi rekreativna druženja. Grupni treninzi su popularni kod 56,5% ispitanika, dok 54,6% preferira fitness izazove. Sportski turniri su traženi kod 49,1% ispitanika. Samo 0,9% ispitanika smatra da u njihovom okruženju ne postoji potreba za aplikacijom. Ovi podaci sugeriraju da bi aplikacija StayFit trebala omogućiti organizaciju različitih vrsta sportskih aktivnosti, s naglaskom na rekreativna druženja, grupne treninge i fitness izazove. Raznovrsnost ponude može privući veći broj korisnika, osiguravajući da aplikacija zadovolji različite interese i potrebe.

Kako biste opisali idealno korisničko iskustvo s aplikacijom za sportske aktivnosti?

108 odgovora



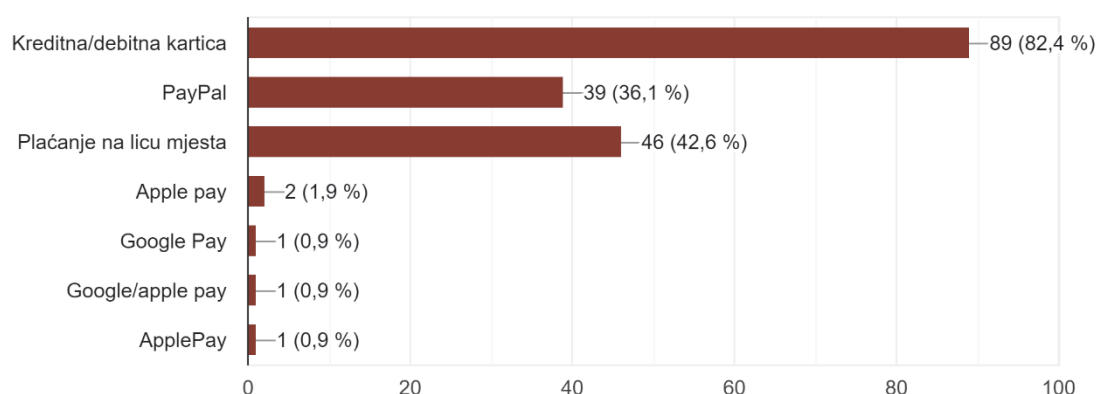
Grafikon 19: Idealno korisničko iskustvo

Grafikon prikazuje kako bi ispitanici opisali idealno korisničko iskustvo s aplikacijom za sportske aktivnosti. Prema rezultatima, 75% ispitanika preferira jednostavno i intuitivno korisničko iskustvo. 59,3% smatra da aplikacija treba biti brza i pouzdana, dok 38% preferira personalizirano iskustvo. Samo 25% ispitanika želi aplikaciju bogatu značajkama, a 0,9% ih preferira što manje potrebnih klikova za dolazak do željenih rezultata.

Kombinirajući ove rezultate s grafikonom 17 koji prikazuje važnost jednostavnosti korištenja sportske aplikacije, možemo zaključiti da bi aplikacija StayFit trebala imati jednostavan i intuitivan dizajn kao glavni prioritet. Također, aplikacija bi trebala biti brza i pouzdana kako bi zadovoljila potrebe 59,3% ispitanika, dok bi personalizirane opcije mogle dodatno poboljšati korisničko iskustvo za 38% ispitanika.

Koje biste mogućnosti preferirali za plaćanje usluga unutar sportske aplikacije?

108 odgovora

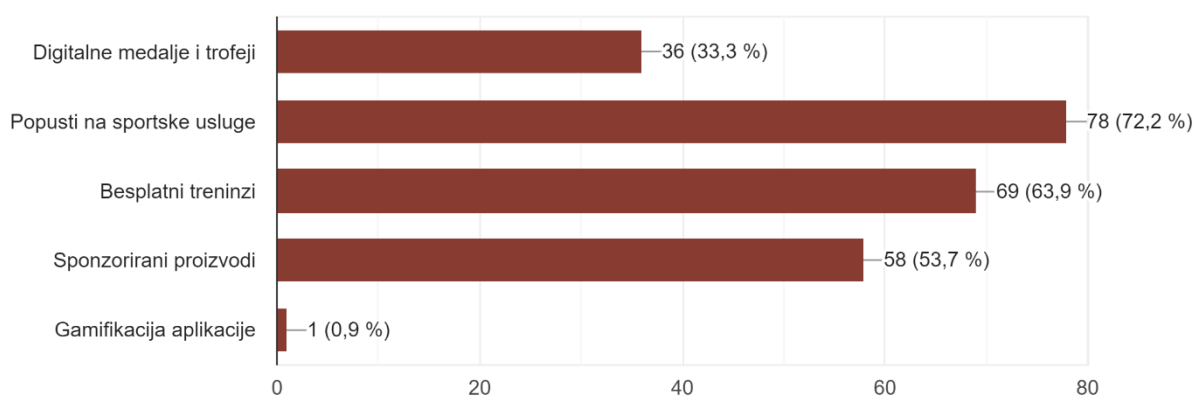


Grafikon 20: Usluge plaćanja

Grafikon prikazuje preferirane mogućnosti plaćanja usluga i većina ispitanika, njih 82,4%, preferira korištenje kreditnih ili debitnih kartica. PayPal je drugi najpopularniji izbor s 36,1% glasova, dok je plaćanje na licu mjesta preferirano od strane 42,6% ispitanika. Ostale opcije kao što su Apple Pay i Google Pay, svaka su dobile manje od 2% glasova. Ove informacije sugeriraju da bi aplikacija StayFit trebala prvenstveno podržavati plaćanje kreditnim i debitnim karticama, ali također uključivati opcije za PayPal i plaćanje na licu mjesta kako bi zadovoljila različite preferencije korisnika. Podrška za Apple Pay i Google Pay može biti uključena kao dodatna opcija za one korisnike koji preferiraju ove metode plaćanja.

Koje biste vrste nagrada ili poticaja voljeli vidjeti kao dio sportske aplikacije?

108 odgovora

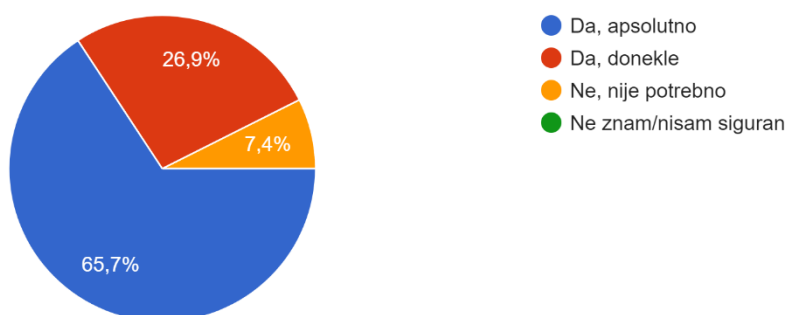


Grafikon 21: Vrste nagrada

Prema odgovorima, većina bi voljela vidjeti popuste na sportske usluge (72,2%) i besplatne treninge (63,9%) kao vrste nagrada ili poticaja u sportskoj aplikaciji. Sponzorirani proizvodi su također popularni, s 53,7% koji bi ih voljeli vidjeti kao nagrade. Digitalne medalje i trofeji zanimljivi su za 33,3% ispitanika, dok gamifikacija aplikacije ima najmanji interes s 0,9%.

Smatrate li da bi aplikacija za sportske aktivnosti trebala nuditi mogućnost vođenja osobnih statistika i rekorda?

108 odgovora

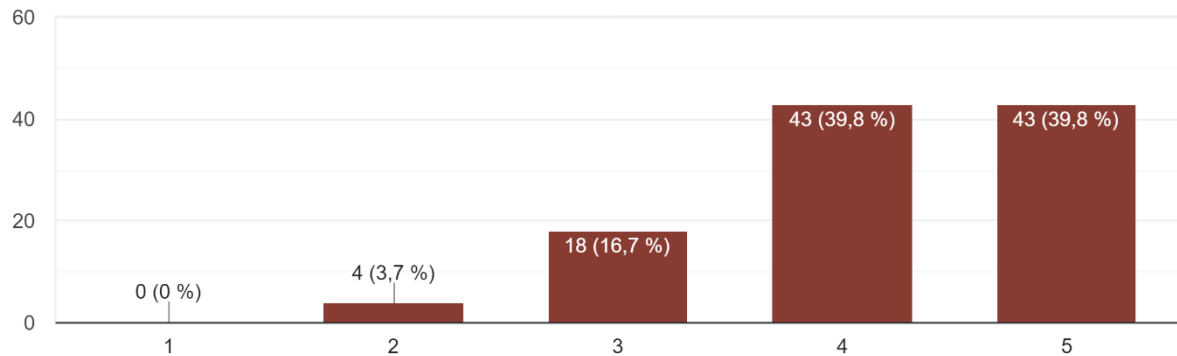


Grafikon 22: Statistika i rekordi

Većina ispitanika (65,7%) čvrsto vjeruje da bi aplikacija za sportske aktivnosti trebala uključivati mogućnost vođenja osobnih statistika i rekorda, naglašavajući važnost praćenja sportskih postignuća. Uz to, 26,9% podržava ovu funkcionalnost s određenim rezervama, što dodatno ukazuje na širok interes za ovu opciju. Samo 7,4% ispitanika smatra da vođenje statistika nije potrebno, dok nijedan ispitanik nije bio neodlučan po ovom pitanju. Ovi podaci jasno upućuju na to da bi integracija opcije za vođenje osobnih statistika i rekorda znatno povećala atraktivnost i korisnost aplikacije za većinu korisnika.

Početno sučelje

108 odgovora



Grafikon 23: Početno sučelje

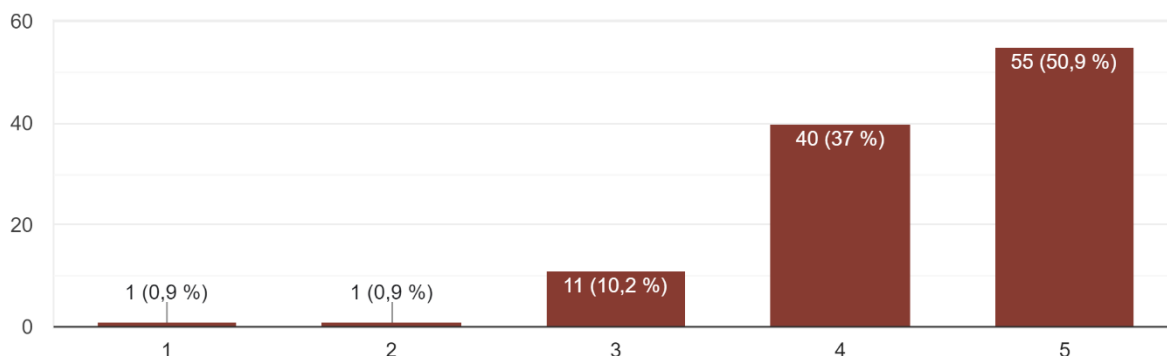
Grafikon prikazuje ocjene ispitanika o početnom sučelju aplikacije. Najveći broj ispitanika, njih 39,8%, ocijenilo je početno sučelje s ocjenom 4, dok je isti postotak ispitanika (39,8%) dao najvišu ocjenu 5. Manji broj ispitanika, njih 16,7%, ocijenilo je sučelje s ocjenom 3, dok je samo 3,7% ispitanika dalo ocjenu 2. Niti jedan ispitanik nije dao najnižu ocjenu 1.

Ovi rezultati ukazuju na to da većina ispitanika smatra da je početno sučelje aplikacije dobro dizajnirano i funkcionalno, s velikim brojem pozitivnih ocjena. S obzirom na to da 79,6% ispitanika ocjenjuje sučelje s ocjenama 4 i 5, može se zaključiti da korisnici smatraju sučelje intuitivnim i jednostavnim za korištenje.

Za aplikaciju StayFit, ovi rezultati sugeriraju da je početno sučelje već dobro prihvaćeno među korisnicima, ali postoji prostor za dodatna poboljšanja. Poboljšanja mogu uključivati dodatne opcije personalizacije, dodavanje vodiča za nove korisnike... to su samo neke ideje kako bi se poboljšalo iskustvo korištenja. Fokusiranje na vizualnu privlačnost i funkcionalnost sučelja može dodatno povećati zadovoljstvo korisnika i olakšati korištenje aplikacije.

Interaktivna karta

108 odgovora



Grafikon 24: Interaktivna karta

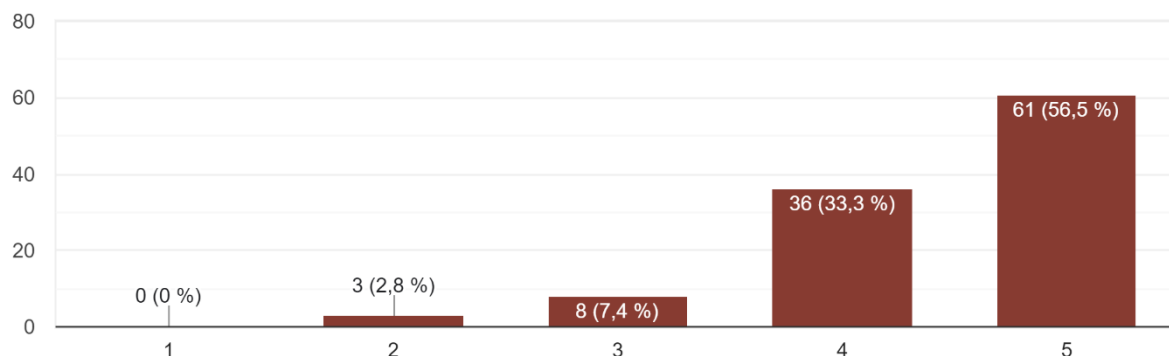
Prema rezultatima ankete, većina ispitanika smatra da je interaktivna karta vrlo korisna. Preciznije, 50,9% ispitanika ocijenilo je ovu funkcionalnost s najvišom ocjenom 5, dok je 37% dalo ocjenu 4. Manji postotak ispitanika, njih 10,2%, ocijenilo je kartu s ocjenom 3, dok su najniže ocjene 1 i 2 dobile po 0,9% ispitanika.

Ovi podaci jasno pokazuju da korisnici visoko cijene interaktivnu kartu u aplikaciji. Interaktivna karta je ključna funkcionalnost koja omogućava korisnicima da lako pronađu sportske terene u svojoj blizini, provjere njihovu dostupnost i izvrše rezervacije. Pored toga, karta omogućava korisnicima da pronađu sportske partnere, pregledaju recenzije i ocjene drugih korisnika za određene terene, te dobiju detaljne informacije o sportskim objektima, uključujući tip terena, radno vrijeme, cijene i dodatne usluge.

Sve u svemu, interaktivna karta nije samo alat za pronalaženje sportskih terena, već i središnji dio korisničkog iskustva aplikacije StayFit. Visoke ocjene korisnika potvrđuju važnost ove funkcionalnosti, što sugerira da bi njen daljnji razvoj i poboljšanje trebali biti prioritet za aplikaciju.

Rezerviranje objekta

108 odgovora



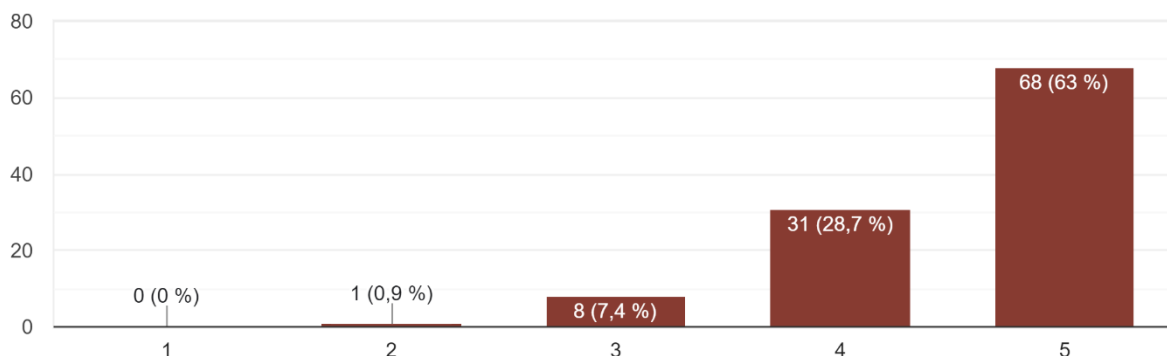
Grafikon 25:Rezerviranje

Grafikon prikazuje ocjene korisnika aplikacije o važnosti funkcionalnosti rezervacije objekta. Prema rezultatima ankete, većina ispitanika smatra da je rezervacija objekta vrlo korisna. Preciznije, 56,5% ispitanika ocijenilo je ovu funkcionalnost s najvišom ocjenom 5, dok je 33,3% dalo ocjenu 4. Manji postotak ispitanika, njih 7,4%, ocijenilo je rezervaciju s ocjenom 3, dok su najniže ocjene 2 i 1 dobile po 2,8% i 0% ispitanika.

Funkcionalnost rezervacije objekta je ključna jer omogućava korisnicima da lako i brzo rezerviraju sportske terene i objekte u željenom terminu. To eliminira potrebu za dugotrajnim telefonskim pozivima ili osobnim posjetama, čineći proces rezervacije mnogo učinkovitijim i praktičnijim. Pored toga, funkcionalnost rezervacije omogućava korisnicima da vide raspoloživost objekata u stvarnom vremenu, što im pomaže u planiranju sportskih aktivnosti bez rizika od preklapanja ili nedostatka slobodnih termina. Korisnici mogu također dobiti potvrde rezervacija i podsjetnike, što dodatno poboljšava korisničko iskustvo.

Chat

108 odgovora



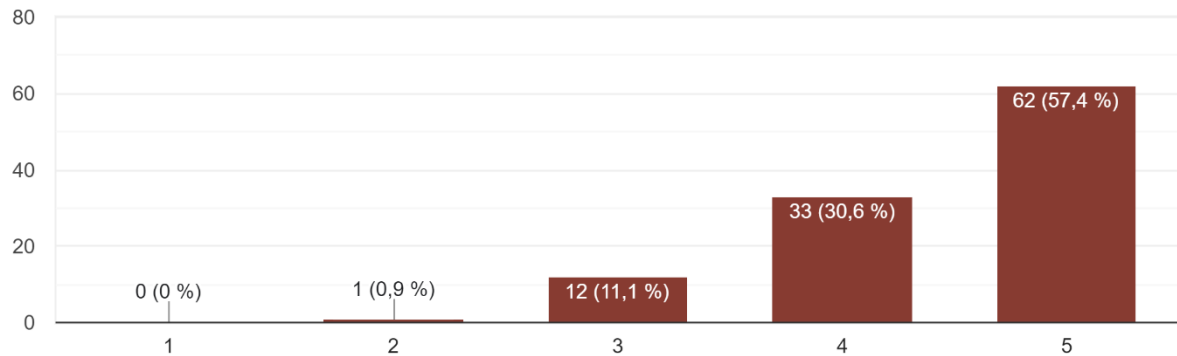
Grafikon 26: Chat

Grafikon prikazuje ocjene korisnika aplikacije o važnosti funkcionalnosti chata. Rezultati ankete pokazuju da većina ispitanika smatra da je chat vrlo koristan. Naime, 63% ispitanika ocijenilo je ovu funkcionalnost s najvišom ocjenom 5, dok je 28,7% dalo ocjenu 4. Manji broj ispitanika, njih 7,4%, ocijenilo je chat s ocjenom 3, dok su najniže ocjene 2 i 1 dobile 0,9% i 0% ispitanika.

Ovi rezultati pokazuju da korisnici pridaju veliku važnost mogućnosti komunikacije putem chata unutar aplikacije. Funkcionalnost chata omogućava korisnicima brzu i efikasnu komunikaciju s trenerima, drugim korisnicima i podrškom aplikacije. To znatno ubrzava proces razmjene informacija u usporedbi s komunikacijom putem emaila ili telefona, čineći ga jednostavnijim i direktnijim.

Korisnički profil

108 odgovora



Grafikon 27: Korisnički profil

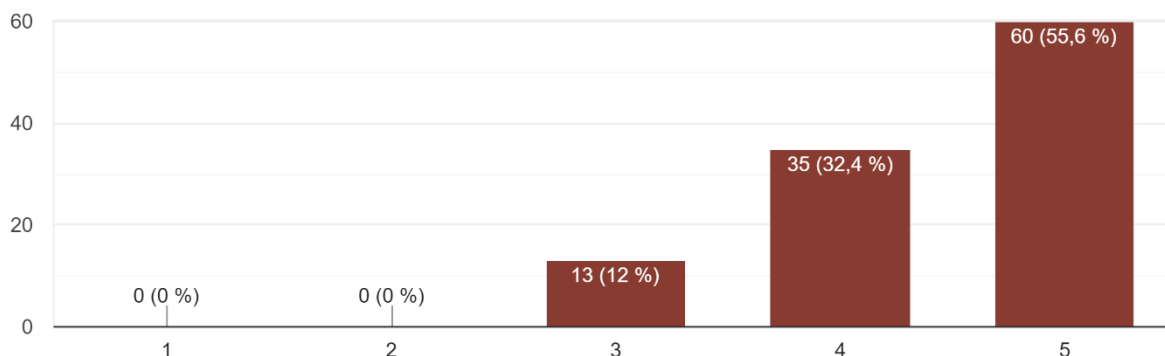
Grafikon prikazuje ocjene korisnika o značaju korisničkog profila u aplikaciji. Prema anketi, većina ispitanika visoko ocjenjuje ovu funkcionalnost. Naime, 57,4% ispitanika dalo je ocjenu 5, dok je 30,6% ispitanika ocijenilo s 4. Manji broj korisnika, njih 11,1%, dalo je ocjenu 3, dok su najniže ocjene 2 i 1 dobile 0,9% i 0% ispitanika.

Ovi podaci naglašavaju važnost korisničkog profila kao ključnog dijela aplikacije. Korisnički profil omogućava personalizaciju iskustva unutar aplikacije, omogućujući korisnicima da unesu i ažuriraju svoje podatke, postave ciljeve, prate napredak i dobiju preporuke temeljene na njihovim individualnim potrebama.

Osim toga, korisnički profil pomaže u stvaranju osjećaja zajednice među korisnicima. Kroz profile, korisnici mogu dijeliti svoja postignuća, povezivati se s prijateljima i pratiti aktivnosti drugih korisnika. To potiče motivaciju i angažman, što je ključno za održavanje redovite upotrebe aplikacije.

Ocijenite dizajn aplikacije

108 odgovora



Grafikon 28: Dizajn

Grafikon prikazuje ocjene korisnika za dizajn aplikacije Stay Fit, temeljene na 108 odgovora. Većina korisnika je vrlo zadovoljna dizajnom aplikacije. Konkretno, 55,6% ispitanika ocijenilo je dizajn s najvišom ocjenom 5, dok je 32,4% dalo ocjenu 4. Manji postotak korisnika, njih 12%, ocijenilo je dizajn s 3, dok nijedan ispitanik nije dao ocjene 1 ili 2.

Ovi rezultati pokazuju da korisnici cijene dizajn aplikacije, što je ključno za njenu uspješnost. Dobar dizajn aplikacije značajno doprinosi korisničkom iskustvu na nekoliko načina:

- **Jednostavnost korištenja:** Intuitivan i jednostavan dizajn olakšava korisnicima navigaciju kroz aplikaciju
- **Estetika:** Ugodan vizualni dizajn čini aplikaciju privlačnijom, što može povećati angažman korisnika i njihovu sklonost ponovnoj upotrebi.
- **Funkcionalnost:** Dobro osmišljen dizajn integrira sve funkcionalnosti aplikacije na logičan i lako dostupan način.
- **Brend identitet:** Konzistentan dizajn pomaže u jačanju brenda i povećava prepoznatljivost aplikacije među korisnicima.

Sveukupno, visoke ocjene za dizajn aplikacije StayFit potvrđuju da je kvalitetan dizajn važan aspekt koji doprinosi zadovoljstvu korisnika i uspjehu aplikacije. Dizajn ne samo da olakšava korištenje aplikacije, već također poboljšava opće korisničko iskustvo, čime aplikacija postaje učinkovitija i atraktivnija za svoje korisnike.

8. Zaključak

U današnjem dinamičnom društvu sve veći broj ljudi prepoznaje važnost tjelesne aktivnosti kao ključnog elementa zdravog načina života. Pronalaženje dostupnih sportskih terena i partnera za igru može biti izazovan zadatak, posebno kada se korisnici nalaze u novom gradu ili području. Ovo često dovodi do frustracija i gubitka vremena, jer nedostaje centralizirano rješenje koje bi omogućilo brzu i jednostavnu rezervaciju terena putem mobilnih uređaja.

U skladu s tim potrebama, razvijena je aplikacija "StayFit" koja se prezentira kroz ovaj rad. Aplikacija je dizajnirana s ciljem da korisnicima pruži sveobuhvatan pristup informacijama o različitim sportskim objektima, uključujući vrste terena, lokacije, cijene i dostupnost. Kroz integriranu platformu, korisnici mogu jednostavno pregledati raspoložive termine, rezervirati terene i pronaći sportske partnere s kojima dijele iste sportske interese i rasporede. Veliku važnost u aplikaciji također ima i pregled dostupnih sportskih događanja i natjecanja u korisnikovoj blizini. Osim rezervacije sportskih terena, aplikacija omogućuje korisnicima da prate i sudjeluju u lokalnim sportskim događanjima i natjecanjima. Integrirani kalendar događanja omogućuje korisnicima da budu u toku s različitim sportskim aktivnostima u njihovom okruženju, što dodatno potiče njihovu aktivnost i participaciju u lokalnoj sportskoj zajednici.

Istraživanje provedeno u sklopu ovog rada ukazalo je na veliko nezadovoljstvo trenutnim stanjem među korisnicima, kao i na potrebu za tehnološki naprednijim rješenjima koja bi pojednostavila organizaciju sportskih aktivnosti. Rezultati online ankete potvrdili su da bi većina ispitanika rado koristila mobilnu aplikaciju poput "StayFit", prepoznajući njezin potencijal za olakšavanje svakodnevnog života i povećanje aktivnosti u sportu.

9. Literatura

- [1] <https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736%2823%2902750-2/fulltext>
dostupno 24.6.2024
- [2] https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/wof-files/World_Obesity_Atlas_2022.pdf,
dostupno 24.6.2024
- [3] <https://www.hzjz.hr/sluzba-promicanje-zdravlja/hrvatski-dan-osvijestenosti-o-debljini/>,
dostupno 24.6.2024
- [4] Chandrakanta H.(2019). Sports: An Integral Component of Nation-Building - Impact of sports on mental health.
- [5] Greer R. S., Murray A. D. (2020). The Impact of Technology on Physical Activity and Mental Health in Children and Adolescents: A Rapid Systematic Review.
- [6] <https://www.meetup.com/>, dostupno 24.6.2024
- [7] <https://www.sportyhq.com/>, dostupno 24.6.2024
- [8] <https://opensports.net/>, dostupno 24.6.2024
- [9] <https://blog.playo.co/>, dostupno 24.6.2024
- [10] <https://techcrunch.com/2014/04/14/sportsetter/>,dostupno 24.6.2024
- [11] <https://www.hypesportsinnovation.com/startup/sportido/>, dostupno 24.6.2024
- [12] <https://www.sliceer.com/#/>, dostupno 24.6.2024
- [13] <https://tts-sport.hr/>, dostupno 24.6.2024
- [14] <https://arena-varazdin.hr/>, dostupno 24.6.2024
- [15] Morris J.W. , Murray S. (2018). Appified: Culture in the Age of Apps
- [16] <https://www.techopedia.com/definition/2953/mobile-application-mobile-app>,
dostupno 24.6.2024
- [17] Shneiderman B.(1990). Designing the User Interface, Addison-Wesley
- [18] Sam M. Selbie (2016). User Experience and User Interface Design for Robert's Rules of Order
- [19] <https://www.uxpassion.com/blog/business-value-of-ux-design/>, dostupno 24.6.2024
- [20] <https://www.fastcompany.com/3032719/ui-ux-who-does-what-a-designers-guide-to-the-tech-industry>, dostupno 24.6.2024
- [21] Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson.
- [22] Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name.
- [23] Wheeler, A. (2017). Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. Wiley.

10. Popis slika

Slika 1: Predviđanja postotka debljine odraslih u 2030. godini	4
Slika 2: Predviđanja postotka debljine djece u 2030. godini.....	4
Slika 3: TTS sport centar	11
Slika 4: Arena Varaždin	12
Slika 5: Školska sportska dvorana Varaždin – Graberje	13
Slika 6: Dvorana 3.Osnovne škole Varaždin.....	14
Slika 7: Odbojkaški teren na Dravskim Bazenima	16
Slika 8: Košarkaški teren kod Gospodarske Škole	16
Slika 9: Principi UI dizajna	21
Slika 10: Logo aplikacije StayFit	27
Slika 11: Osobni podaci.....	29
Slika 12: Informacije o adresi.....	30
Slika 13: Provjera sigurnosti.....	31
Slika 14: Prijava.....	32
Slika 15: Početni zaslon.....	33
Slika 16: Informacije o događaju.....	34
Slika 17: Karta	35
Slika 18: Pregled objekata i terena	36
Slika 19: Informacije o terenu i objektu	37
Slika 20: Rezerviranje	38
Slika 21: Kreiranje događaja	39
Slika 22: Pridruživanje događaju.....	40
Slika 23. Chat	41
Slika 24: Korisnički profil	42
Slika 25: Obavijesti	43

11. Popis Grafikona

Grafikon 1: Spol	46
Grafikon 2: Dobna skupina.....	46
Grafikon 3: Razina obrazovanja	47
Grafikon 4: Učestalost bavljenja sportom	47
Grafikon 5: Rezerviranje terena	48
Grafikon 6:Metode rezervacije	48
Grafikon 7: Zadovoljstvo kod rezervacije terena	49
Grafikon 8: Glavni problemi pri rezervaciji terena	50
Grafikon 9: Sportske aktivnosti	51
Grafikon 10: Razlozi bavljenja sportom.....	52
Grafikon 11:Najveći izazovi kod redovitog održavanja tjelesne aktivnosti.....	52
Grafikon 12: Važnost sportskog partnera na motivaciju	53
Grafikon 13: Trenutni način pronalaska sportskih partnera	54
Grafikon 14:Socijalna interakcija	55
Grafikon 15:Korisnost pronalaska terena i partnera.....	56
Grafikon 16:Cijena aplikacije.....	57
Grafikon 17:Jednostavnost za korištenje	58
Grafikon 18:Sportske aktivnosti u aplikaciji	58
Grafikon 19:Idealno korisničko iskustvo	59
Grafikon 20:Usluge plaćanja	60
Grafikon 21:Vrste nagrada	60
Grafikon 22:Statistika i rekordi	61
Grafikon 23: Početno sučelje.....	62
Grafikon 24: Interaktivna karta	63
Grafikon 25:Rezerviranje	64
Grafikon 26: Chat	65
Grafikon 27: Korisnički profil.....	66
Grafikon 28:Dizajn	67

12. Izjava o autorstvu

|
H H H H H
UNIVERSITY

Sveučilište
Sjever

+
SVEUČILIŠTE
SIEVER
|

IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski/specijalistički rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, NIKOLA KELNERIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog/specijalističkog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom APLIKACIJA ZA PRONALAZAK SPORTSKIH PARTNERA I REZERVATIVNO VEŠTAČENJE (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
Nikola Kelnerić
(vlastoručni potpis)

Sukladno članku 58., 59. i 61. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti završne/diplomske/specijalističke radove sveučilišta su dužna objaviti u roku od 30 dana od dana obrane na nacionalnom repozitoriju odnosno repozitoriju visokog učilišta.

Sukladno članku 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.