

SREDNJA ŠOLA SREČKA KOSOVELA SEŽANA

Raziskovalna naloga

Aplikacija NETStyle

Področje: aplikativni inovacijski projekti

Avtorji:

SARA ŠUBER, TAJ PREŠEREN DJURIĆ in EMILI ŠIBELJA

Mentorici:

LUCIJA FILIPČIČ KRIŽAJ in PATRICIJA KASTELIC VOLF

Sežana, 2024

KAZALO

POVZETEK	4
1. UVOD	5
2. IZDELAVA APLIKACIJE.....	8
3. REZULTATI ANKETE	14
4. INTERVJU	20
5. ZAKLJUČEK	22
6. LITERATURA	24

KAZALO SLIK

Slika 1: logotip aplikacije	6
Slika 2: uvodni ekran z logotipom.....	8
Slika 3: ekran za izbor registracije oziroma prijave	9
Slika 4: ekrana za registracijo oziroma prijavo	9
Slika 5: ekran za vpis informacij o sebi	10
Slika 6: ekran za izbiro željenih stilov	10
Slika 7: ekran s prikazom fotografij željenih stilov	11
Slika 8: ekrana s podatki o oblačilih in povezavah so spletnih trgovin ter s povečano sliko.....	12
Slika 9: ekran z uporabniškim profilom	12
Slika 10: ekrana za objavljanje svojih fotografij pred fotografiranjem in po fotografiranju	13
Slika 11: ekran s svojim lastnim profilom	13
Slika 12: anketa.....	14

KAZALO GRAFIKONOV

Grafikon 1: struktura anketirancev glede na starost.....	15
Grafikon 2: Struktura anketirancev glede na to, ali jim je všeč logotip naše aplikacije	15
Grafikon 3: struktura anketirancev glede na to, kje dobijo navdih za izbiro oblek.....	16
Grafikon 4: struktura anketirancev glede na to, ali bi uporabljali našo aplikacijo	17
Grafikon 5: struktura anketirancev glede na starost in uporabo aplikacije	17
Grafikon 6: struktura anketirancev glede na to, ali bi v aplikaciji objavljali svoje slike.....	18
Grafikon 7: struktura anketirancev glede na to, ali jim je všeč naša aplikacija.....	18
Grafikon 8: struktura anketirancev glede na mnenja o uporabnosti aplikacije	19

POVZETEK

Idejo za projekt smo dobili, ko smo med pogovorom spoznali, da se vsi soočamo s podobno težavo: primanjkuje nam idej za dodelavo svojega lastnega stila oblačenja. Ko smo poskušali najti rešitev za to, se nam je najprej porodila ideja, da bi si izdelali aplikacijo, ki bi nam bila v pomoč pri izbiri oblačil.

Razvili smo aplikacijo NETStyle, s katero lahko iščemo in hkrati tudi nakupujemo oblačila. Njena prednost je to, da deluje na dva načina: kot spletna trgovina in kot oblika socialnega omrežja, na katerem lahko uporabniki objavljajo in si hkrati tudi ogledujejo fotografije drugih uporabnikov. Vsi, ki bi v aplikaciji objavljali fotografije svojih oblačil, bi morali pri vsaki objavi dodati še povezave do spletne trgovine, kjer so oblačila kupili. Njeni uporabniki bi bili predvsem najstniki in mladi odrasli, ki si želijo razviti lasten slog oblačenja.

Slogan naše aplikacije »Discover your style.« nakazuje, da želimo pomagati posameznikom pri odkrivanju svojega lastnega stila oblačenja, ime NETstyle pa, da lahko uporabnik poišče oblačila kar na internetu (net) in s tem izboljša svoj stil (style).

1. UVOD

Idejo za projekt smo dobili, ko smo med pogovorom z dijaki, študenti in ostalimi mladimi spoznali, da se vsi soočamo s podobno težavo: primanjkuje nam idej za dodelavo svojega lastnega stila oblačenja ali pa v naših oblačilih izgledamo tako, kot si ne želimo. Ugotovili smo tudi, da smo velikokrat neodločni pri izbiri oblačil ali pa imamo neustrezna oblačila v omari.

Na spletu smo poiskali informacije o tem, ali oblačila res vplivajo na naše počutje in samozavest.

Našli smo članek, kjer piše: *V študiji, ki so jo letos opravili na Northwesternski univerzi, so strokovnjaki preučevali vpliv oblačil na psihološke procese in počutje osebe, ki jih nosi. Sodelujoče so oblekli v bele halje in polovici rekli, da so zdravniške, polovici pa slikarske delovne obleke. Opazovali so njihovo obnašanje ter ugotovili, da so bili tisti, ki so nosili 'zdravniške' halje veliko previdnejši od tistih, ki so nosili 'slikarske'. Enako naj bi veljalo tudi v vsakdanjem življenju. Z oblačili naj bi tako močno vplivali na svoje razpoloženje.* (Kaj oblačila razkrivajo o vas?, 2024)

Piše tudi: *Čutimo frustracijo in razočaranje, če oseba, ki jo vidimo v ogledalu, ni oseba, ki želimo biti. Oblačila lahko uporabimo kot način za zmanjšanje tega neskladja in izboljšanje samospoštovanja. Skozi oblačila lahko eksperimentiramo in poskušamo manifestirati različne verzije sebe, kar nam pomaga graditi osebno identiteto. Počutimo se cenjene in osvobodjene, ko naša oblačila drugim uspešno sporočajo »osebo, kakršna želimo biti«. Imeti občutek za stil je torej več kot le obsedenost s svojo podobo: je način, kako povečati samozavest, izraziti ustvarjalnost in se okrepiti.* (Oblačenje in samozavest: kdaj postane stil prava terapija, 2024)

Po prebiranju člankov na internetu smo spoznali, da oblačila res pomembno vplivajo na počutje. Ko smo poskušali najti rešitev za težave z določanjem svojega stila, se nam je najprej porodila ideja, da bi si izdelali aplikacijo, ki bi tovrstne težave reševala. Začeli smo razvijati aplikacijo NETStyle, s katero lahko iščemo in hkrati tudi nakupujemo oblačila. Slogan naše aplikacije »Discover your style.« nakazuje, da želimo pomagati posameznikom pri odkrivanju svojega lastnega stila oblačenja, ime NETStyle pa, da lahko uporabnik poišče oblačila kar na internetu (net) in s tem izboljša svoj stil (style). Izdelali smo tudi logotip, na katerem so

narisana oblačila, kar nakazuje na vsebino naše aplikacije, za barvo pa smo izbrali temno rdečo, ker je ta barva elegantna in privlačna. Isto barvo smo uporabili tudi za detajle pri oblikovanju aplikacije.



Slika 1: logotip aplikacije

Za cilje raziskovalne naloge smo si zadali, da bomo naredili aplikacijo:

- ki bo omogočala uporabnikom objavljanje fotografij svojih oblek,
- ki bo omogočala ogledovanje stilov drugih oseb in
- ki bo omogočala spletno nakupovanje.

Prednost aplikacije NETStyle je to, da deluje na dva načina: kot spletna trgovina in kot oblika socialnega omrežja, na katerem lahko uporabniki objavljajo in si hkrati tudi ogledujejo fotografije drugih uporabnikov. Uporabnik se lahko sam odloči, ali hoče v aplikaciji tudi objavljati svoje fotografije ali pa si želi v njej le ogledovati različne objave.

Vsi, ki bi v aplikaciji objavljali fotografije svojih oblačil, bi morali pri vsaki objavi dodati še povezave do spletne trgovine, kjer so oblačila kupili. Ko bi si uporabniki ogledovali fotografije, bi oblačila, ki bi jim bila všeč, lahko zelo enostavno kupili samo s klikom na hiperpovezavo, ki bi jih neposredno povezala s spletno trgovino. Aplikacija bi prikazala oblačila, ki so primerna za različne letne čase ali namen (zimsko, poletno, formalna, vsakodnevna...). Njeni uporabniki bi bili predvsem najstniki in mladi odrasli, ki si želijo razviti lasten slog oblačenja.

Aplikacijo smo izdelali z brezplačnim spletnim programom MIT App Inventor. Zanj smo se odločili zato, ker je najbolj enostaven za začetnike, hkrati pa ima tudi veliko izobraževalnih vsebin na internetu, s katerimi smo si pomagali pri oblikovanju in tudi programiranju.

Odločili smo se, da bomo aplikacijo izdelali v angleškem jeziku, ker se želimo v prihodnosti širiti tudi v tujino in je angleščina jezik tisti, ki se ga učijo v večini držav sveta.

Ko smo aplikacijo že izdelali, smo opravili intervju z lastnico spletne trgovine iz našega kraja, saj nas je zanimalo mnenje o uporabnosti naše aplikacije.

Predstavili smo jo tudi potencialnim uporabnikom, ki smo jih nato prosili, da so izpolnili tudi anketni vprašalnik, saj smo želeli izvedeti, ali se jim zdi naša ideja uporabna.

2. IZDELAVA APLIKACIJE

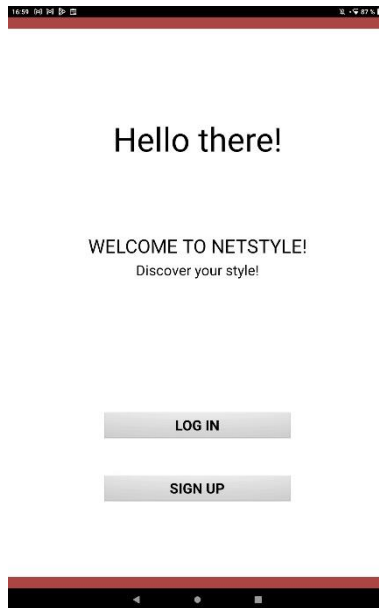
Naša aplikacija rešuje problem pri iskanju stila oblačenja tako, da uporabniku omogoča ogled oblačil, hkrati pa dobi tudi povezavo do spletnih trgovin, kjer so bila oblačila kupljena. Izdelana je tako, da je način uporabe čim bolj enostaven in pregleden.

Ko uporabnik začne uporabljati našo aplikacijo, se mu najprej za nekaj sekund pojavi ekran z logotipom.



Slika 2: uvodni ekran z logotipom

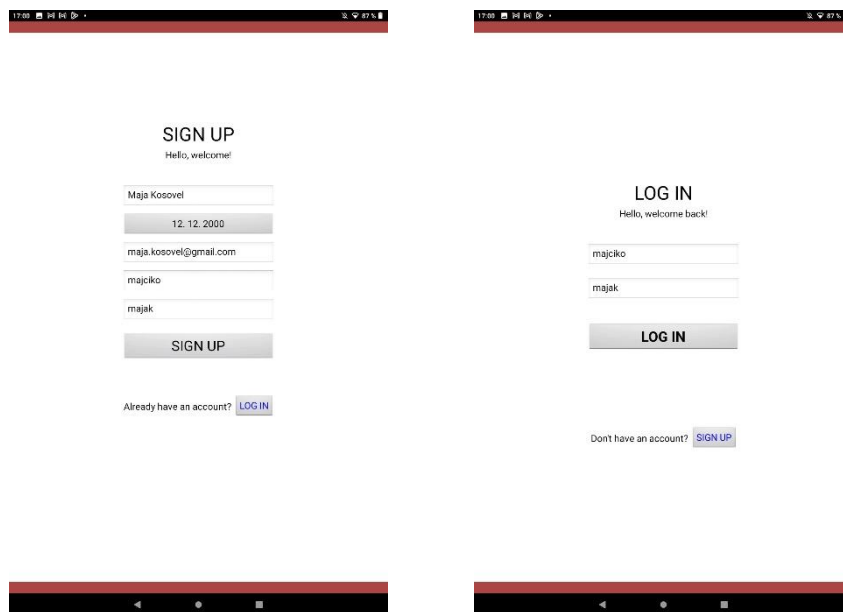
Nato se mora uporabnik, ki prvič uporablja našo aplikacijo, registrirati oziroma prijaviti, če je aplikacijo že uporabljal.



Slika 3: ekran za izbor registracije oziroma prijave

Ob registraciji mora uporabnik napisati svoje ime in priimek, datum rojstva ter naslov elektronske pošte. Izbrati si mora tudi uporabniško ime in geslo.

Ob ponovni prijavi mora uporabnik vpisati samo svoje uporabniško ime in geslo.



Slika 4: ekrana za registracijo oziroma prijavo

Pred začetkom iskanja oziroma objavljanja v naši aplikaciji želimo, da uporabnik vpiše podatke o sebi z namenom, da bi lažje iskal sebi primerne stile oblačenja oziroma bi ostali uporabniki vedeli, ali so oblačila objavljenih fotografij primerna tudi zanje. Zavedamo se, da nekateri ljudje ne želijo deliti teh informacij o sebi z drugimi, zato bi jih uporabnik vpisal samo, če bi

želel. Informacije so višina, teža, obseg okrog prsi, obseg pasu, obseg okrog bokov in številka čevljev.

INFORMATION ABOUT YOU

Enter information about yourself. Optional.

Height cm

Weight kg

Chest

Waist cm

Hips

Shoe size

NEXT

Slika 5: ekran za vpis informacij o sebi

Pred začetkom iskanja želimo še, da uporabnik izmed ponujenih vrst stilov oblačil izbere tiste, ki bi si jih želel ogledovati (vrste stilov lahko spremeni tudi kadarkoli kasneje med uporabo aplikacije). Vrste stilov so: pomladna oblačila, poletna oblačila, jesenska oblačila, zimska oblačila, športna oblačila, vsakdanja oblačila, ulična oblačila, podeželska oblačila, oblačila za šolo, priložnostna oblačila, oblačila za zabave, maturantska oblačila, oblačila za prireditve, božična oblačila, silvestrska oblačila, pustna oblačila, vintage oblačila, oblačila iz 90-ih, superge, dodatki in nakit.

PICK 5 THINGS YOU LIKE

everyday outfits	school outfits	casual outfits
party outfits	country outfits	summer outfits
winter outfits	streetwear	sport outfits
vintage outfits	prom outfits	autumn outfits
spring outfits	event outfits	90's outfits
accessories	sneakers	jewelry
halloween outfits	christmas outfits	new year's eve

NEXT

Slika 6: ekran za izbiro željenih stilov

Ko uporabnik izbere željene stile, se odpre glavni ekran, na katerem se prikažejo vse objave uporabnikov, ki spadajo v prej izbrane kategorije.

Na vrhu ekrana se prikažejo gumbi z izbranimi stili. Če uporabnik klikne na katerega izmed teh gumbov, se prikažejo samo fotografije, ki spadajo v ta stil oblačenja.

Na dnu je gumb z ikono v obliki hišice. Če uporabnik klikne na ta gumb, se mu prikažejo vsi stili oblačenja.



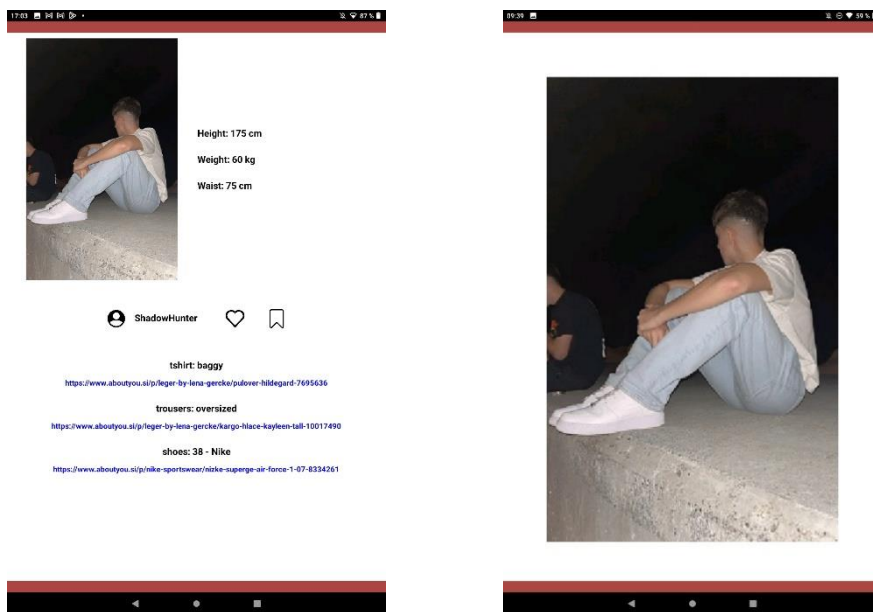
Slika 7: ekran s prikazom fotografij željenih stilov

Če uporabnik na glavnem ekranu klikne na katero koli izmed prikazanih fotografij, se mu odpre povečana fotografija, informacije o osebi, ki je na fotografiji, njeno uporabniško ime, informacije o oblekah in hiperpovezave do spletnih trgovin, kjer lahko kupimo ta oblačila.

Uporabnik lahko fotografijo všečka ali si jo shrani za poznejše ogledovanje.

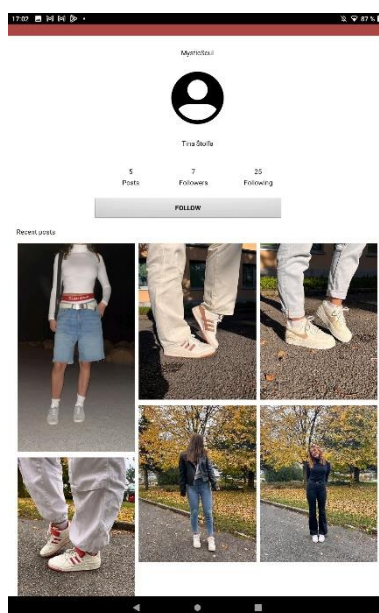
Če se uporabnik odloči, da bi določen artikel želel kupiti, klikne na hiperpovezavo. Ta ga neposredno poveže s spletno stranjo trgovine, kjer lahko opravi nakup artikla.

S klikom na fotografijo, se le ta poveča čez večino ekrana.



Slika 8: ekrana s podatki o oblačilih in povezavah so spletnih trgovin ter s povečano sliko

S klikom na uporabniško ime osebe, ki je fotografijo posnela, se prikaže njen uporabniški profil z vsemi objavljenimi fotografijami. Pojavijo se tudi ime in priimek, uporabniško ime osebe, število objav, število sledilcev in število oseb, ki jim sledi.

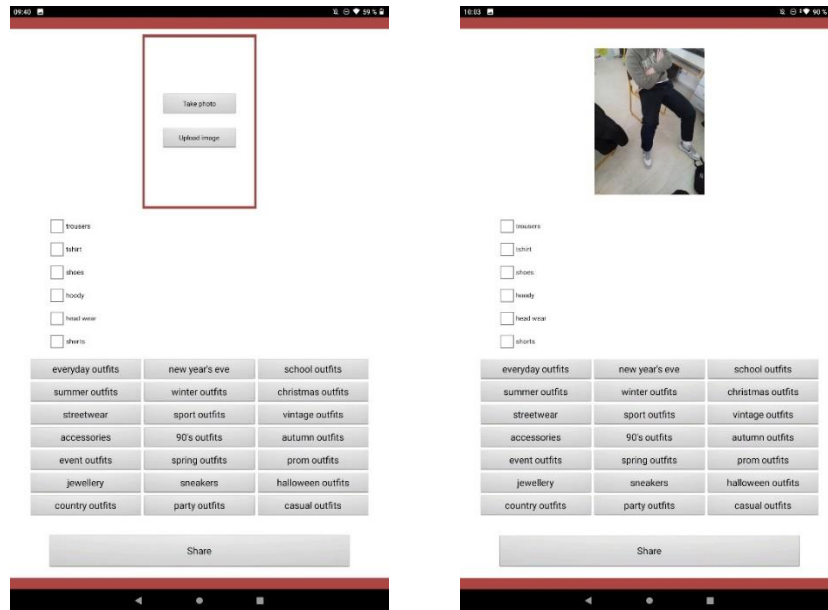


Slika 9: ekran z uporabniškim profilom

Če uporabnik na glavnem ekranu klikne gumb z ikono plus, se mu odpre ekran, na katerem lahko v aplikaciji objavi fotografijo svojih oblačil.

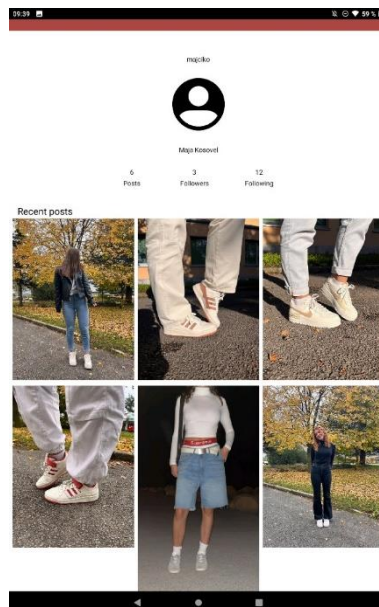
Pojavi se mu gumb, ki ga poveže do fotoaparata na njegovi napravi, s katerim lahko posname fotografijo, oziroma gumb, s katerim lahko naloži fotografijo s svoje naprave.

Označiti mora, katera oblačila ima na sebi, v katere kategorije stilov oblačila spadajo in dodati hiperpovezave do spletnih trgovin, kjer je ta oblačila kupil.



Slika 10: ekrana za objavljanje svojih fotografij pred fotografiranjem in po fotografiranju

Če uporabnik na glavnem ekranu klikne gumb z ikono osebe, se mu odpre ekran s prikazom svojega lastnega profila. Pojavijo se mu informacije o profilu, število objav, število sledilcev in število oseb, ki jim sledi. Vidne so tudi vse dotedanje objave.



Slika 11: ekran s svojim lastnim profilom

3. REZULTATI ANKETE

Decembra 2023 smo izvedli anketo, na katero je odgovorilo 108 anketirancev.

NETstyle – ANKETA

Smo skupina dijakov, ki se pogosto srečuje s problemom pri izbiranju oblek, zato smo začeli z razvojem aplikacije, ki nam bo pomagala pri iskanju ideje za to, kako se obleči.

Prosimo vas, če nam pomagata oceniti našo poslovno idejo in rešite vprašalnik.

1. Koliko ste stari?

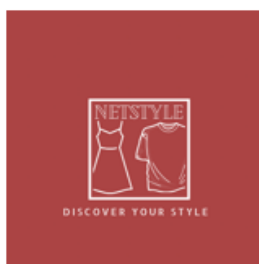
- a) 14 – 17 let
- b) 18 – 21 let
- c) Nad 21 let

2. Ali vam je všeč logotip naše aplikacije?

- a) Da
- b) Ne

3. Kje dobite navdih za izbiro oblek?

- a) Opazujem in se zgledujem po prijateljih, sošolcih, sodelavcih,...
- b) Obleke si izberem sam
- c) Oblek ne izbiram sam, pač pa jih dobim za darilo, podedujem...
- d) Za nasvete prosim prodajalca/prodajalko v trgovini
- e) Na spletu
- f) Preko aplikacij kot so npr. Instagram, Pinterest,...
- g) Drugo _____



4. Ali bi za izbiro vašega outfita (oblek) uporabljali našo aplikacijo?

- a) Da
- b) Ne
- c) Mogoče
- d) Prosimo, če svojo izbiro utemeljite: _____

5. Ali bi bili pripravljeni objaviti v aplikaciji vaš stil oblačenja (outfit)?

- a) Da
- b) Ne
- c) Mogoče

6. Ali vam je všeč naša aplikacija za iskanje stila vašega oblačenja?

- a) Da
- b) Ne
- c) Mogoče

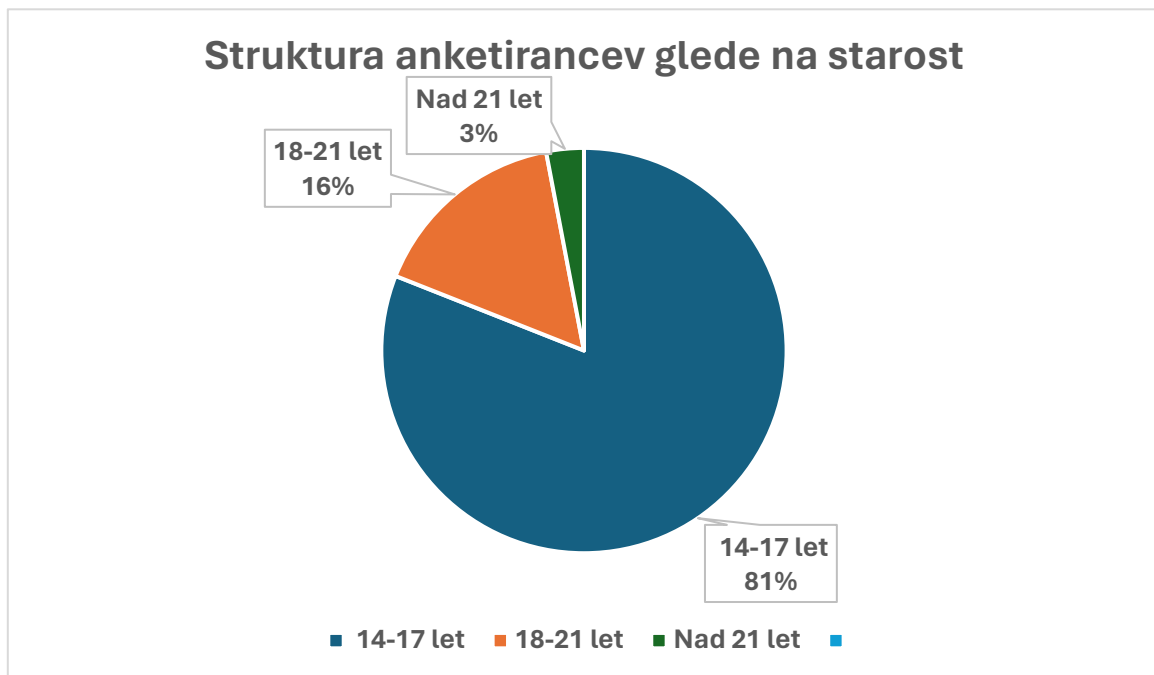
7. Če ste pri prejšnjem vprašanju odgovorili z DA, Vas prosimo, če z ocenami od 1 do 5 ocenite, koliko bi vam bila aplikacija v pomoč (1 – malo, 5 – veliko).

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

HVALA ZA VAŠE ODGOVORE!

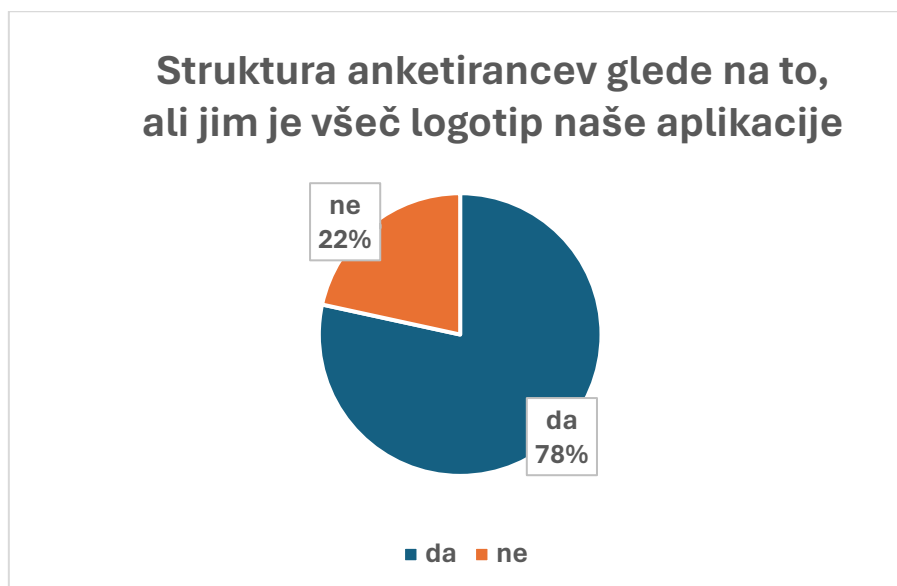
Slika 12: anketa

Rezultati ankete so sledeči.



Grafikon 1: struktura anketirancev glede na starost

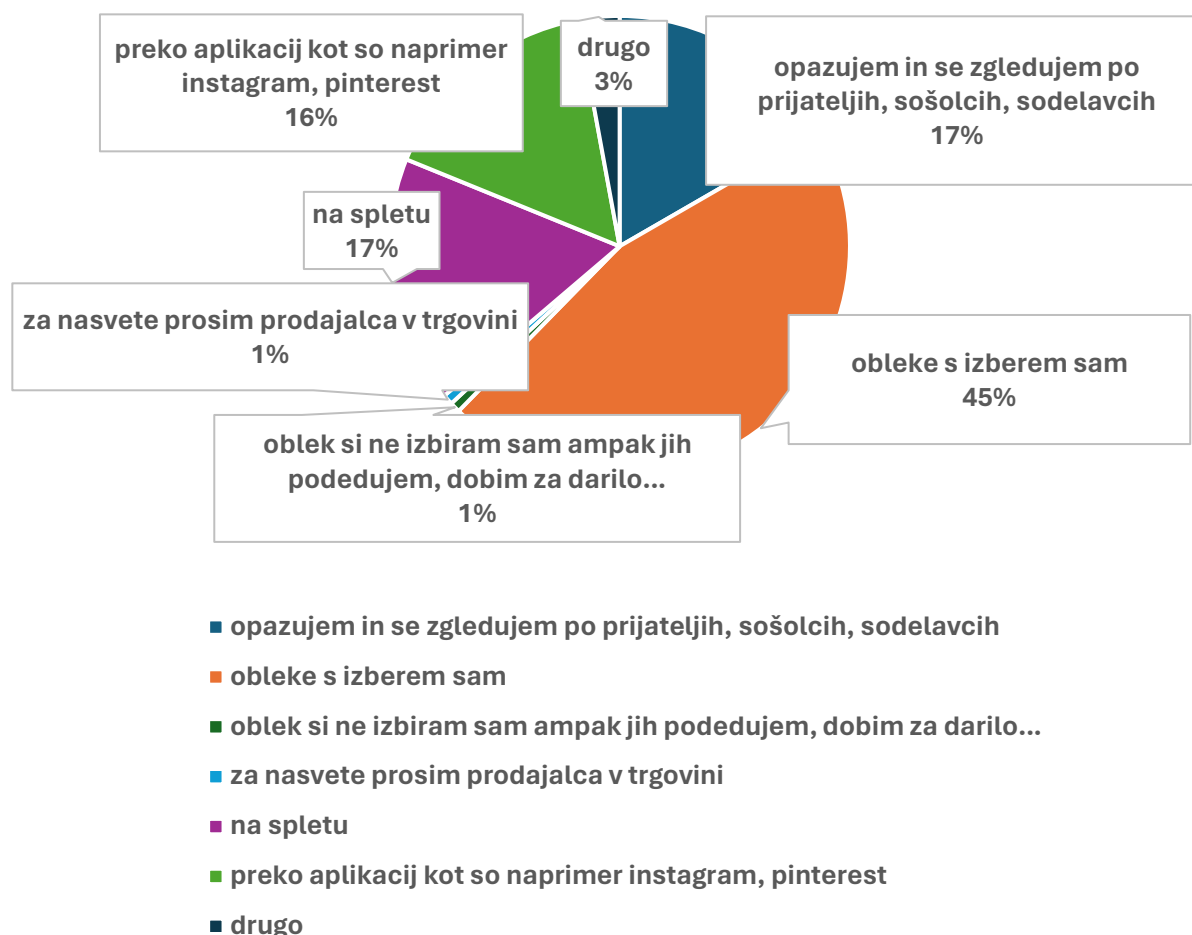
Iz grafa je razvidno, da je bila večina anketirancev med 14 in 17 letom starosti in to kar 81 %. Okrog 16 % anketirancev je bilo med 18 in 21 letom starosti. Preostalih 3 % je bilo starih nad 21 let.



Grafikon 2: Struktura anketirancev glede na to, ali jim je všeč logotip naše aplikacije

Iz grafa je razvidno, da je bilo kar 78 % anketirancem všeč naš logotip, samo 22 % pa ni bil všeč.

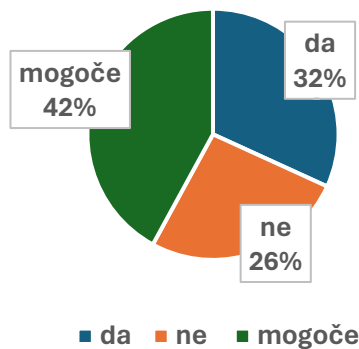
Struktura anketirancev glede na to, kje dobijo navdih za izbiro oblek



Grafikon 3: struktura anketirancev glede na to, kje dobijo navdih za izbiro oblek

Iz grafa je razvidno, da si kar 63 % anketirancev samih izbira svoja oblačila. Približno 24 % jih je navedlo, da inspiracijo dobijo na spletu, 23 % se jih zgleduje po sovrstnikih. Anketirancev, ki so izbirajo oblačila glede na nasvete prodajalcev ali dobijo podarjene obleke, je bilo manj kot 1 %. Drugo je označilo 4 % anketirancev, pri čemer so pripisali npr. obleke iščem s pomočjo Tiktoka, obleko izberem, ker mi izgleda v redu v trgovini ali v moji glavi ali pa v filmih.

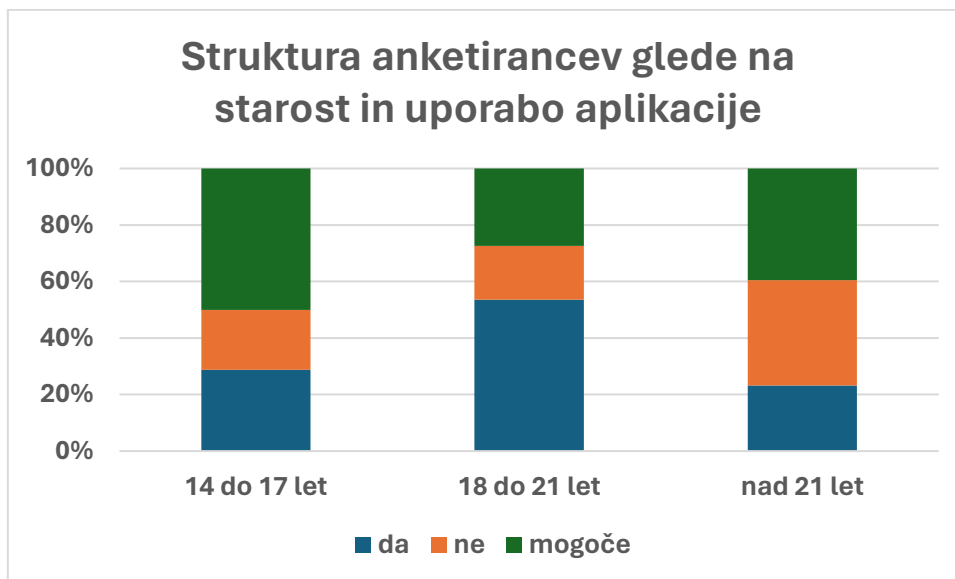
Struktura anketirancev glede na to, ali bi uporabljali našo aplikacijo



Grafikon 4: struktura anketirancev glede na to, ali bi uporabljali našo aplikacijo

Iz grafa je razvidno, da je 42 % anketirancev negotovih glede uporabe naše aplikacije. Približno 32 % jih je prepričanih, da bi jo uporabljali, le 26 % pa je ne bi.

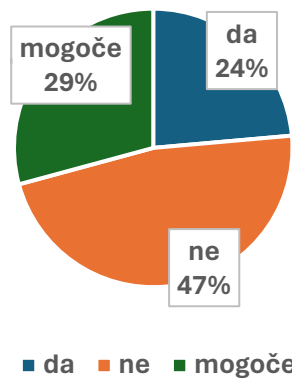
Struktura anketirancev glede na starost in uporabo aplikacije



Grafikon 5: struktura anketirancev glede na starost in uporabo aplikacije

Iz grafa je razvidno, da je največ neodločenih glede uporabe aplikacije starih od 14 do 17 let in največ prepričanih v njeno uporabo starih med 18 in 21 let. Največji delež anketirancev, ki aplikacije ne bi uporabljalo, je starih nad 21 let.

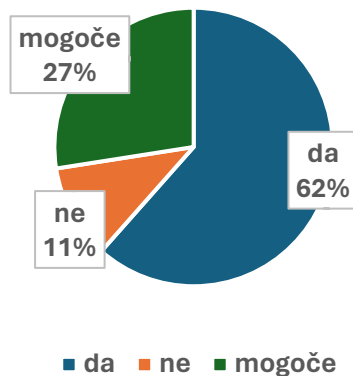
Struktura anketirancev glede na to, ali bi v aplikaciji objavljali svoje slike



Grafikon 6: struktura anketirancev glede na to, ali bi v aplikaciji objavljali svoje slike

Iz grafa je razvidno, da 47 % anketirancev ne bi želelo objavljati svojih slik v naši aplikaciji, okrog 29 % jih še ni prepričanih, le 24 % anketirancev pa bi bilo pripravljenih objaviti slike v aplikaciji.

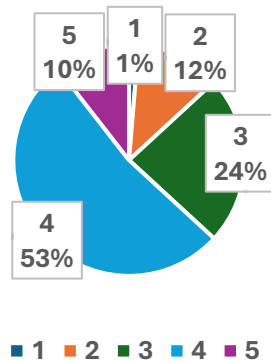
Struktura anketirancev glede na to, ali jim je všeč naša aplikacija



Grafikon 7: struktura anketirancev glede na to, ali jim je všeč naša aplikacija

Iz grafa je razvidno, da je kar 63 % anketirancev aplikacija všeč, 27 % jih še ni prepričanih, le 11 % anketirancev pa je odgovorilo, da jim aplikacija ni všeč.

**Struktura anketirancev glede na mnenje
o uporabnosti aplikacije
(1 - ni uporabna, 5 - zelo uporabna)**



Grafikon 8: struktura anketirancev glede mnenja o uporabnosti aplikacije

Iz grafa je razvidno, da je na merilu od 1 do 5, aplikacija zelo uporabna 10 % anketirancem, uporabna 53 %, še kar uporabna 24 %, malo uporabna 12 % in neuporabna 1 % anketirancem.

4. INTERVJU

Lastnici trgovine Jaz in ti smo predstavili delovanje naše aplikacije in z njo tudi izvedli intervju:

1. Ali prodate več v spletni trgovini ali v fizični trgovini?

V fizični trgovini.

2. Kako poskrbite za promocijo svoje trgovine?

S socialnimi omrežji kot so Instagram in Facebook.

3. Katera starostna skupina največ nakupuje pri vas?

Največ nakupujejo ljudje v starosti 28 do 60 let.

4. Na podlagi česa se ljudje odločijo za nakup izdelka?

Največ nakupujejo redne stranke, ki že vnaprej vedo, kaj želijo kupiti.

5. Ali sledite najnovejšim modnim trendom in se na podlagi tega določite, katere izdelke boste prodajali?

Da, udeležujem se raznih izobraževanj in tečajev ter sledim raznim modnim stilistom.

6. Kateri izdelki se največ prodajajo in kateri spol največ nakupuje v trgovini?

Največ se prodajajo ženski izdelki in sicer predstavljajo kar od 80 % do 85 % vseh nakupov.

Največ se prodajajo zgornji deli oblačil.

7. Ali se vam zdi naša aplikacija uporabna?

Zelo.

8. Bi bili zainteresirani za prodajo vaših oblačil preko naše aplikacije?

Sem pripravljena, vendar bi morali poskrbeti za res dobro promocijo.

9. Ali bi bili pripravljeni deliti del provizije ob nakupu oblačil, če bi bila kupljena preko naše aplikacije?

Seveda.

10. Ali menite, da bi vam z objavo fotografij oblačil iz vaše trgovine pomagali pri promociji?

Zagotovo.

Čeprav je starost ciljne skupine uporabnikov naše aplikacije malo nižja, kot je starost kupcev v trgovini Jaz in ti, so nam dali odgovori intervjuvanke bolj jasno sliko o uporabi aplikacije.

Iz njenih odgovorov lahko sklepamo, da ji je bilo delovanje naše aplikacije všeč, da bi bila pripravljena plačati provizijo pri nakupu izdelkov s pomočjo naše aplikacije in da bi ji aplikacija pomagala pri promoviranju njene trgovine.

5. ZAKLJUČEK

Na začetku, ko smo našo idejo začeli razvijati, smo izvedli intervjuje s sošolci, ki so nam potrdili, da je naša ideja dobra in bi jim pomagala pri izbiri stila. Ključno se jim je zdelo, da je nekdo, ki je objavil sliko oblačil, dodal tudi hiperpovezave do spletnih strani, kjer je artikel kupil.

Informacije glede ustreznosti naše ideje smo pridobili z intervjujem in anketo.

Intervju smo izvedli s predstavnico fizične trgovine iz Sežane Jaz in ti, ki pa oblačila prodaja tudi na spletu. Predstavili smo ji našo idejo in naš prototip. Dobili smo veliko pozitivnih pripomb, saj

- ji je bilo delovanje naše aplikacije všeč,
- bi bila pripravljena plačati provizijo pri nakupu izdelkov s pomočjo naše aplikacije in
- bi ji aplikacija pomagala pri promoviranju njene trgovine.

Izvedli smo tudi anketo, s katero smo dobili veliko povratnih informacij. Pridobili smo mnenja anketirancev o delovanju aplikacije in dobili ideje za njeno izboljšanje. Ugotovili smo:

- da je okoli 80 % anketirancem všeč logotip naše aplikacije,
- da večina anketirancev ni še prepričanih o uporabi naše aplikacije, vendar bi jo vseeno več uporabljalo kot pa ne,
- da je bila anketirancem uporabnost naše aplikacije všeč in
- da večina anketirancev ne bi želela objavljati svojih fotografij v aplikaciji.

Prav njihovo zadnje mnenje nam bo spodbuda v prihodnosti, da bomo več časa namenili promociji aplikacije.

Glede na to, da so naši potencialni uporabniki predvsem mladi, bomo aplikacijo oglaševali na popularnih socialnih omrežjih, kjer so mladi zelo aktivni (Instagram, Facebook, Tik Tok,...). Poleg tega bomo spodbujali uporabnike, da bodo uporabo aplikacije predlagali svojim prijateljem, saj bi s tem dobili več všečkov in postali v aplikaciji bolj popularni. Prosili bi tudi različne popularne vplivneže, če bi jo promovirali.

Preden bi se aplikacija uveljavila, bi lahko dodali tudi promocijsko kodo, ki bi omogočala uporabnikom popuste pri določenih naročilih. Na TIK TOK-u bi ustvarjali vsebine za mlade, zagnali različne promocijske kampanje, izzive in trende, kot npr. naredili bi izziv, kdo dobi največ všečkov za sliko v enem tednu, in zmagovalca nagradili.

Izdelava aplikacije nam je bila v veliko veselje. Najbolj pomembno se nam zdi, da se s težavami, ki jih rešuje, vsakodnevno srečujemo tudi sami, kar je bil tudi prvi razlog, da smo sploh začeli z ustvarjanjem te aplikacije. Čeprav smo veliko izzivov že premagali, ugotavljamo, da jih je še veliko pred nami. Čeprav bi želeli, da bi aplikacija postala znana širši množici ljudi, bomo hvaležni za vsako zgodbo, da je katerikoli osebi uporaba aplikacije pomagala najti svoj lasten stil in s tem prispevala k boljšemu počutju.

6. LITERATURA

- Kaj oblačila razkrivajo o vas? (online). (citirano 4. 3. 2024). Vizita.si. Dostopno na naslovu: <https://vizita.si/novice/kaj-oblacila-razkrivajo-o-vas.html>.
- MIT App Inventor (online). (citirano 4. 3. 2024). Massachusetts Institute of Technology. Dostopno na spletnem naslovu: <https://appinventor.mit.edu/>.
- Oblačenje in samozavest: kdaj postane stil prava terapija (online). (citirano 4. 3. 2024). Glitter.si. Dostopno na naslovu: <https://www.glitter.si/oblacenje-in-samozavest-kdaj-postane-stil-prava-terapija/>.