



## Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2016/2017 za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

**1. Polni naslov projekta:** Pomen nakupnih dejavnikov in akcijskih cen za prodajo podjetja Akron, d.o.o

- **V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovu** (neustrezno področje izbrišite):

3 - Družbene, poslovne, upravne in pravne vede

**2. V sodelovanju z:** (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partnerja – podjetja, ki je/sta vključena v projekt)

Fakulteta za komercialne in poslovne vede – nosilka projekta  
Akron d.o.o. – partnersko podjetje

### 3. Besedilo:

- Opredelite problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

V podjetju Akron, d. o. o. se ukvarjajo a s proizvodnjo (izdelavo) in trženjem pohištva po meri in to tako za pravne kot tudi za fizične osebe (v nadaljevanju kupci). Je invalidsko podjetje in z uspešnim poslovanjem zagotavlja delovna mesta številnim socialno šibkim in ranljivim skupinam. Njihova proizvodnja pohištva se ne nanaša na standardizirane izdelke, ampak na individualne izdelke prilagojene željam in finančnim zmožnostim njihovih kupcev. Ker do sedaj še niso naredili poglobljene analize s katero bi ugotavljali stališča njihovih kupcev, so s tem projektom prvič izvedli raziskavo s katero so pri svojih dejanskih in potencialnih kupcih ugotavljali kateri so dejavniki, ki vplivajo na nakup in kakšna je njihova pomembnost (npr. ekonomski, sociološki, ekološki, osebni, necenovni dejavniki...). Drugi del raziskave pa je bil namenjen ugotavljanju vpliva akcijskih cen na nakupno odločitev. Raziskava je bila izvedena v obliki dveh anketnih vprašalnikov in v obliki namizne raziskave, izvedli pa so jo posamezni člani projektne skupine v sodelovanju z delovno in pedagoškima mentoricama. Rezultati raziskave so podani v obliki elaborata, ki je bil tudi javno predstavljen.

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

Projekt je vključeval naslednje aktivnosti:

1) Priprava plana projekta (izdelava časovnega termina, določitev nalog za študente in delovnega mentorja ter pedagoške mentorje). Seznanitev s partnerskim podjetjem (obisk, dejavnost, delovanje in problem)

2) Priprava osnutka anketnega vprašalnika (študentje so s pomočjo pedagoškega mentorja preučili teoretična izhodišča psihologije prodaje in nakupnih dejavnikov ter na osnovi tega oblikovali dva anketna vprašalnika – za obstoječe in potencialne kupce. Mentor v podjetju je anketna vprašalnika pregledal, ju kritično ocenil ter popravil oz. dopolnil. Študentje so anketna vprašalnika preoblikovali v e-obliko in preučili možnosti spletnega anketiranja preko spletnih portalov).

3) Izvedba anketiranja (delovni mentor je pridobil bazo naslovov obstoječih kupcev podjetja in na te naslove posredoval prvo spletno anketo. Hkrati pa so študentje oblikovali tudi bazo potencialni kupcev in jim posredovali drugo spletno anketo)

4) Obdelava podatkov (s pomočjo pedagoških mentoric so študentje rezultate ankete statistično obdelani in ustrezno prikazali. Izvedli so o univariatne in bivariatne statistične analize s pomočjo ustrezne programske opreme – MS Excel in SPSS. Cilj je bil pridobiti nabor in rang pomembnosti nakupnih dejavnikov).

5) Izvedba sekundarne raziskave s katero smo ugotavljali vpliv akcijskih cen na prodajo oz. prihodke podjetja (delovni mentor je v času akcij sistematično spremljal dnevno prodajo in cene, študentje pa so na osnovi te baze podatkov izdelali statistično analizo, s katero so ugotavljali ali znižane cene vplivajo na večjo prodajo oz. prihodke).

6) Oblikovanje modela za spremljanje in analiziranje pete faze tudi po končanju projekta (vpliv akcijskih cen na prodajo oz. prihodke).

7) Izdelava končnega elaborata in prikaz rezultatov (celotno delo projekta je prikazano v elaboratu. V njem so predstavljene teoretične osnove in empirični del z rezultati raziskave ter predlogi podjetju. Rezultati so tudi javno predstavljeni na FKPV).

- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

Ključni rezultati projekta so:

- podjetje je pridobilo informacije o pomembnosti dejavnikov nakupa njihovih obstoječih in potencialnih kupcev,
- ugotovili smo, kakšen je vpliv akcijskih cen na prodajo (oz. prihodke),
- vzpostavljen je bil sistem za nadaljnje sistematično spremljanje pomembnosti nakupnih dejavnikov,
- izdelan in javno objavljen elaborat v pisni obliki, kjer bodo predstavljeni rezultati raziskave.

Družbeno korist tega projekta vidimo v:

1) Zagotavljanju delovna mesta številnim invalidom. Predvidevamo, da bo ta projekt tudi prispeval k boljšemu in učinkovitejšemu poslovanju podjetja Akron, kar bo zagotavljalo delovna mesta obstoječim in morda tudi novim delojemalcem, še posebej invalidom.

2) Zagotavljanju možnosti, ki jo podjetje ponuja mladim, ki bodo v prihodnosti stopili na trg dela. Študentje imajo veliko teoretičnega znanja, ki pa je bolj kvalitetno in koristno, če ga lahko aplicirajo na reševanje praktični problemov iz gospodarstva. S tem projektom so študentje spoznali realno delovno okolje, dejanske probleme podjetja, navezali so stike z delovnim mentorjem. Morda bo prav ta projekt tudi možnost za nadaljnje sodelovanje študentov s tem podjetjem (npr. možnost počitniškega dela, možnost študentskega dela, pisanje diplomske naloge, zaposlitev in podobno).

3) Timskem delu (v timu je sodelovalo šest študentov in trije mentorji), kjer so študentje iz različnih študijskih programov in smeri medsebojno izmenjavali izkušnje, se naučili sprejemati kritike, odgovornost za svoje delo in upoštevanje časovnih terminov.

4) Družbeni koristnosti projekta tudi za našo fakulteto, saj imamo v strategiji navedeno, da se podjetje povezuje z realnim okoljem in sodeluje v aplikativnih projektih z gospodarstvom.

5) Skrbi za okolje (večina dela je potekala v e-obliki npr. spletne ankete, e-publikacija, e-pošta, Facebook skupina)

#### 4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).

## Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2016/2017 za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

**1. Polni naslov projekta:** Program širitve dejavnosti z raziskavo prodajnega trga in načrtom spletne strani za podjetje Primedia novinarstvo Primož Škerl s.p.

- **V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovo** (neustrezno področje izbršite):

3 - Družbene, poslovne, upravne in pravne vede

**2. V sodelovanju z:** (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partnerja – podjetja, ki je/sta vključena v projekt)

Fakulteta za komercialne in poslovne vede – nosilka projekta  
Primedia novinarstvo, Primož Škerl s.p. / Primedia novinarstvo d.o.o. – partnersko podjetje  
Celjski mladinski center, javni zavod za mladinsko kulturo, izobraževanje, informiranje in šport – partnerska organizacija

### 3. Besedilo:

- Opreделите problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

Podjetje Primedia je poslovalo samo na področju novinarstva, kar zaradi specifik dejavnosti ne omogoča predvidene rasti podjetja, ki zato želi dejavnost širiti na drugi dve sorodni področji, odnose z javnostmi in organizacijo kulturnih prireditev. Ker v podjetju ne razpolagajo s trženjskimi znanji, je bila v okviru tega projekta opravljena raziskava prodajnega trga in pripravljen program širitve dejavnosti. Rezultati so pokazali, da obstaja nepopolno razumevanje področja odnosov z javnostmi, zaradi česar študenti svetujejo podjetju, naj v okviru širjenja dejavnosti usmerja energijo v ozaveščanje podjetij in posameznikov, poleg tega pa navajajo možnosti, ki jih vidijo pri samem širjenju dejavnosti, med drugim tudi v povezovanju podjetij. V okviru projekta so pripravljena tudi pisna gradiva in načrt nove spletne strani za mlado podjetje.

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

Po uvodnem spoznavanju dejavnosti partnerskega podjetja in partnerske organizacije so študenti podrobneje spoznali področji, ki sta neposredno povezani z reševanjem problema partnerskega podjetja. V okviru dela s partnersko organizacijo so spoznali področje organizacije prireditev, pri čemer so sodelovali pri organizaciji izbrane prireditve od zasnove do realizacije. V okviru dela s partnerskim podjetjem so spoznali odnose z javnostmi, pri čemer so se z mentorico in ostalimi novinarji udeležili novinarske konference, pred katero so imeli možnost debate tako z novinarji kot tudi s predstavnico za odnose z javnostmi Mestne občine Celje. V sodelovanju s pedagoško mentorico 1 so študenti izvedli raziskavo prodajnega trga za novi dejavnosti in na osnovi rezultatov pripravili program širitve dejavnosti. V sodelovanju s pedagoško mentorico 2 so študenti pripravili načrt nove spletne strani za partnersko podjetje, pri čemer so že upoštevali predloge, ki so nastali na osnovi ostalih projektnih aktivnosti.

- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

*Za potrebe partnerskega podjetja so študenti v sodelovanju z mentorji izvedli primarno raziskavo in na osnovi njenih izsledkov pripravili predloge za širitev dejavnosti projektne partnerja, pri čemer jim je bilo v pomoč znanje in razumevanje področij, ki so si ga zagotovili v okviru zgoraj omenjene aktivnosti.*

*V sklepnih fazi projekta so študenti pripravili načrta spletne strani za partnersko podjetje, pri čemer*

so uporabili prej spoznane in pripravljene vsebine (predstavitev področij odnosov z javnostmi in organiziranja prireditev).  
Spoznanja iz projekta so združena v javno objavljenem elaboratu celotnega projekta ter predstavljena na javni predstavitvi projekta pri vseh projektnih partnerjih. Z javno objavo rezultatov se je prispevalo k povečanju razumevanja odnosov z javnostmi, poleg tega pa so pripravljena izhodišča za nadaljnje ozaveščanje (predvsem po vzpostavitvi spletne strani, za katero se je v tem projektu pripravil načrt).

#### 4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).





## Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2016/2017 za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

**1. Polni naslov projekta:** Vzpostavitev in trženje spletišča za uporabo kulturne dediščine v turizmu

- **V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovo** (neustrezno področje izbršite):

3 - Družbene, poslovne, upravne in pravne vede

**2. V sodelovanju z:** (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partnerja – podjetja, ki je/sta vključena v projekt)

Fakulteta za komercialne in poslovne vede – nosilka projekta

Etana d.o.o. – partnersko podjetje

Traven, zavod za ohranjanje kulturne dediščine in razvoj podeželja – partnerska organizacija

### 3. Besedilo:

- **Opreделите problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta**

Partnersko podjetje Etana d.o.o. je želela obstoječo trgovsko dejavnost razširiti na turizem in spletno poslovanje, za kar ji osnovna predstavljena spletna stran [www.etana.si](http://www.etana.si) ni zadoščala. Zato se je v okviru projekta povezala za zavodom Traven, ki se ukvarja s kulturno dediščino in že uporablja spletišče za popularizacijo kulturne dediščine [www.traven.si](http://www.traven.si). V okviru tega projekta je bilo vzpostavljeno spletišče [www.etana.si/traven](http://www.etana.si/traven), ki so ga s poudarkom na trženju in vključevanju aktualnih trendov na področju spletnega pojavljanja/poslovanja in ob mentorski podpori pomagali razvijati in nadgrajevati študenti.

- **Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta**

V uvodnem obdobju so se študenti spoznali s partnerskim podjetjem in njegovim problemom ter partnersko organizacijo, seznanili so se tudi z obstoječim stanjem spletnih strani. Nato so ob mentorski podpori vzpostavili spletišče [www.etana.si/traven](http://www.etana.si/traven) ter se usposobili za ažuriranje tega spletišča – v ta namen je bila organizirana delavnica za CMS Joomla 3.6.

V najobširnejšem delu projekta so študenti dopolnjevali vsebine na omenjeni spletni strani – iskali, dopolnjevali in preoblikovali so ustrezne prispevke. Izdelali so analizo uspešnosti in značilnosti spletišča z uporabo programov Google Analytics, Gmetrix in Google AdWords s predlogi za optimizacijo, za kar so tudi imeli predhodno izobraževanje. Angažirali so dve socialni omrežji Facebook in Instagram.

V zaključnem delu projekta je bil izdelan elaborat ter izvedena javna predstavitev projekta.

- **Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti**

*Podjetje Etana je pridobilo učinkovito spletno orodje, ki mu omogoča vstop na trg turističnih storitev. Omogoča mu razvoj zahtevnejših portalskih storitev in oblikovanje samostojne turistične destinacije Podeželje slovenske Istre.*

Podjetje je začelo uporabljati socialno mreženje. Projekt je ustvaril prostor za izdatnejšo on- in offline optimizacijo spletnega delovanja v primerjavi z dosedanjim načinom delovanja partnerskega podjetja. Projekt je hkrati prispeval k bogatenju baze podatkov.

Sodelovanje neobremenjenih udeležencev je prispevalo tržno gledano dragocen pogled z vidika uporabnikov storitev. Udeleženci projekta so se izkazali kot dragocena uredniška pomoč, tako na osnovnem spletišču, kot prek dnevne podpore socialnih medijev.

Nastal je produkt – najmočnejša baza podatkov za slovensko Istro z več kot 1.900 prispevki in z več kot 7.000 obiskovalci mesečno s tendenco naraščanja števila obiskovalcev. Baza se redno polni s hitrostjo nekaj prispevkov na mesec.

#### 4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).

Priloga 1: Slika z delovnega srečanja na sedežu partnerske organizacije v Pisarih (študenti z delovnim mentorjem 2)

