



Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2017 – 2020, 1. odpiranje, za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

1. Polni naslov projekta: Spletna platforma za obdarovanje

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

- 0 - Splošne izobraževalne aktivnosti/izidi
- 1 - Izobraževalne vede in izobraževanje učiteljev
- 2 - Umetnost in humanistika
- 3 - Družbene, poslovne, upravne in pravne vede**
- 4 - Naravoslovje, matematika in računalništvo
- 5 - Tehnika, proizvodne tehnologije in gradbeništvo
- 6 - Kmetijstvo, gozdarstvo, ribištvo, veterinarstvo
- 7 - Zdravstvo in sociala
- 8 - Storitve
- 9 - Neopredeljeno po širokem področju

- **2. V sodelovanju z:** (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partner/ja – podjetje/ji oz. organizacija, ki je/sta bilo/i vključeno/i v projekt)

UNIVERZA NA PRIMORSKEM FAKULTETA ZA MANAGEMENT

3. Besedilo:

- Opreделите problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

V poplavi ponudbe in pomanjkanju časa za izbiro daril se pojavljajo težave prenasičenosti, pomanjkanja idej za darilo in finančne nezmožnosti za nakup željenega darila. Rešitev, ki se je v preteklosti oblikovala za te težave so bili darilni boni. Darilni boni so hitro, enostavno in preprosto darilo. Vendar imajo darilni boni tudi svoje težave in omejitve. Temeljni problem je način obdarovanja z uporabo darilnih bonov, ki temelji na razpršeni in nepregledni ponudbi, zahteva (večinoma) fizično obiskovanje ponudnikov za nakup bonov in omejuje obdarjenca na točno določenega ponudnika, kar pa ni vedno skladno s obdarjenčevimi potrebami in željami. Pogosto je posledica tega, da obdarjenec bonov ne porabi ali pa porabi za nakup stvari, ki jih dejansko ne potrebuje, s tem se pa zmanjšuje pozitiven učinek obdarovanja.

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

Projekt je bil zastavljen kot start-up podjetje, torej razvoj celotnega spektra poslovanja, od raziskave trga, priprave poslovnega in finančnega načrta do dodelave ideje, razvoja produkta in trženja. V sklopu projekta smo opravili raziskavo trga, preko intervjujev in anket, da bi ugotovili, ali so potrebe trga dejansko skladne s poslovno idejo in ali obstaja potreba na tržišču. Na podlagi raziskave trga smo oblikovali poslovni načrt, v katerem smo upoštevali ugotovljene potrebe trga (potreba po večji fleksibilnosti vnovčenja bona, pomen izgleda bona ipd.). Vzporedno s pripravo poslovnega načrta smo zastavili osnovno strukturo delovanja spletne platforme in oblike darilnih bonov. Glavne rešitve platforme so

predvsem:

- možnost izbire bona določenega ponudnika (ponudba zbrana na enem mestu) ali prepuščanje možnosti izbire obdarjencu (sam izbere ponudnika/ponudnika kjer bo bon vnovčil),
- omogočanje skupinskega zbiranja sredstev (več ljudi zbira sredstva za enega obdarjenca),
- preprosta in enostavna uporaba spletne platforme (poudarek na uporabniku prijaznem vmesniku, da je razumljiv čim širšemu krogu uporabnikov),
- možnost personalizacije darilnih bonov (zagotavljanje individualnosti in posebnosti darila).

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

Obdarovanje je pomemben aspekt medčloveških odnosov in pripomore k ohranjanju in krepitvi vezi. V času poplave različnih ponudb in splošne družbene blaginje je postalo obdarovanje težavno in zato pogosto predstavlja težavo in posledično izvablja negativna, namesto pozitivnih, čustev pri vpletenih. S ponudbo nove oblike, ki je vsem udeležencem v postopku obdarovanja, prijaznejša in preprostejša ter ponuja večjo verjetnost za zadovoljstvo s podarjenim darilom, se povečujejo pozitivni učinki in s tem povezani ekonomski učinki (večja potrošnja) in posredno s tem vpliva na družbeni napredek.

Projekt je bil zasnovan kot poskus zagona majhnega podjetja na osnovi poslovne ideje. V sklopu projekta so bili izvedeni intervjuji, katerih rezultat so poročila in boljše poznavanje dojemanja obdarovanja ter prvo preverjanje predpostavk poslovne ideje (katere so bistvene pomanjkljivosti in prednosti obstoječih načinov obdarovanja, izkušnje uporabnikov z različnimi vrstami daril, naklonjenost uporabnikov do obstoječih spletnih orodij za obdarovanje). Intervjuji so služili kot osnova za pripravo ankete, ki so jo nato študenti izvedeli preko spleta in terensko. O rezultatih ankete so študenti pripravili poročilo, ki je bilo nato osnova za oblikovanje poslovnega načrta. Iz rezultatov ankete so predvsem dobili vpogled v pogostost uporabe posameznih načinov obdarovanja, mnenj ljudi o darilnih bonih kot sredstvo obdarovanja, glavne značilnosti darilnih bonov, ki jih ljudje izpostavljajo. V drugi polovici projekta so se študenti razdelili v dve skupini. Naloga prve skupine je bila izdelava poslovnega načrta, na podlagi informacij, pridobljenih iz ankete in literature, ter oblikovanje osnutka finančnega načrta poslovanja. Naloga druge skupine je bila razvoj samega produkta (spletne platforme in darilnih bonov) ter osnutka trženjske strategije.

Izdelano gradivo predstavlja predvsem preverbo poslovne ideje preko primerjave z dejanskimi potrebami trga in ugotavljanje potenciala ideje za razvoj uspešnega podjetja. Izvedena analiza trga daje pomemben vpogled v potrebe uporabnikov in predvsem potrjuje domnevo poslovne ideje po temu, da obstaja tržišče za drugačen način obdarovanja, ki je bolj fleksibilen, prijazen obdarovalcem in obdarjencem in nenazadnje racionalen. Z oblikovanjem platforme, ki omogoča uporabnikom prosto izbiro darila se rešuje predvsem težave z iskanjem darila, zmanjša se negativna konotacija težavnosti izbire darila in posledično povečuje možnost za pozitivne družbene vezi med ljudmi.

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.).

NI SLIKOVNEGA GRADIVA