

MLADI ZA NAPREDEK MARIBORA 2015

32. SREČANJE

**TURISTIČNI SPOMINEK – POKLON
SLOVENSKEMU VELIKANU JANEZU
PUHU**

STROJNIŠTVO

Inovacijski predlog

PROSTOR ZA NALEPKO

Avtor: KATJA KUPČIČ, KARMEN ŠPRAH

Mentor: BORIS DEMŠIČ, BARBARA SENEKOVIČ

Šola: SREDNJA ŠOLA ZA GOSTINSTVO IN TURIZEM MARIBOR

Maribor, februar 2015

MLADI ZA NAPREDEK MARIBORA 2015

32. SREČANJE

**TURISTIČNI SPOMINEK – POKLON
SLOVENSKEMU VELIKANU**

JANEZU PUHU

STROJNIŠTVO

Inovacijski predlog

Maribor, februar 2015

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	6
1.1 Namen	6
1.2 Cilji	6
1.3 Temeljne hipoteze	6
1.4 Predpostavke in omejitve	7
1.5 Uporabljena metodologija	7
2 ZGODOVINA JANEZA PUHA	8
2.1 Janez Puh – življenje na podeželju	8
2.2 Janez Puh: inovator, podjetnik, izumitelj	9
3 ZAKAJ NAPISATI ZGODBO JANEZA PUHA?	10
4 EMPIRIČNI DEL	11
4.1 Analiza spominkov v turističnoinformacijskih centrih v Sloveniji	11
4.2 Rezultati raziskave	11
4.3 Inventarizacija spominkov v Sakušaku, v rojstni hiši Janeza Puha	15
4.4 Idejna zasnova spominka	17
4.5 Inovacijski predlog	17
5 REZULTATI	21
6 RAZPRAVA	22
7 DRUŽBENA ODGOVORNOST	23
8 SKLEP	24
9 SEZNAM UPORABLJENE LITERATURE IN VIROV	25
9.1 Literatura	25
9.2 Viri	25
10 PRILOGE	26

KAZALO TABEL

Tabela 1: Razvrstitev spominkov glede na tipologijo po posameznih zvrsteh	16
Tabela 2: Primer kalkulacije za spominek	17

KAZALO SLIK

Slika 1: Primer izdelanega spominka	17
Slika 2: Okrasni kartonski etui	19
Slika 3: Magnetek s podobo Janeza Puha	20
Slika 4: Magnetek s podobo avtomobila	20

KAZALO GRAFIKONOV

Grafikon 1: Ali mogoče veste, kdo je Janez Puh?	11
Grafikon 2: Kako pomembna se vam zdi izdelava Puhovega kolesa?	12
Grafikon 3: Imate kakšen spominek Janeza Puha v svojem informacijskoturističnem centru?	13
Grafikon 4: Bi bili pripravljeni v svojem TIC-u sprejeti inovacijski predlog, in sicer unikatni spominek kot spomin na slovenskega velikana Janeza Puha?	13

POVZETEK

Namen naloge je, predstaviti inovacijski predlog kot spomin in poklon ob 100-letnici smrti slovenskega velikana, inovatorja, podjetnika in izumitelja Janeza Puha. V teoretičnem delu naloge je kratek pregled življenja Janeza Puha. Prav tako je predstavljena analiza temeljnih dokumentov na ravni države, s čimer smo oblikovali Puhovo zgodbo. Prikazali smo tudi kratek pregled literature, ki obravnava področje našega proučevanja. V empiričnem delu naloge je predstavljena kratka anketa v vseh TIC-ih v Sloveniji, s čimer smo dobili odgovor na zastavljeno hipotezo glede oblikovanja spominka. Opravili smo tudi inventarizacija (delo na terenu) obstoječih spominkov v rojstni hiši Janeza Puha v Sakušaku. Osrednji del raziskovalne naloge predstavlja idejna zasnova, torej oblikovanje spominka. Predstavljene so tri variante, oblikovani sta tudi lastna in prodajna cena spominka.

ABSTRACT

The purpose of the project is to present innovative proposal as memory and of the 100th anniversary of the death of Slovenian giant innovator, entrepreneur and inventor John Puh. In the theoretical part of the thesis is made a brief overview of life Janez Puh. It is also an analysis of the basic documents at the state level, so we have created a story Janez Puh. We made a brief review of the literature, which deals with the scope of our study. In the empirical part of the thesis is a short survey carried out in all TIC's in Slovenia, thus acquiring answer to a hypothesis on the creation of a souvenir. So we made inventory (field work) existing memorabilia in the birthplace of John Puh in Sakušak. The central part of the research work represented a conceptual design to formulate a souvenir. Featured are three variants, designed also own and souvenir sales price.

1 UVOD

1.1 Namen

Namen naloge je, oblikovati inovacijski predlog, in sicer spominek kot spomin in poklon ob 100-letnici smrti slovenskega velikana, inovatorja, podjetnika in izumitelja Janeza Puha.

1.2 Cilji

V nalogi smo si zadali naslednje cilje:

- ugotoviti, kakšne zasluge ima Janez Puh,
- ugotoviti, kakšne spominke ponujajo v muzeju v rojstni hiši Janeza Puha,
- ugotoviti, kakšni spominki s tematiko Janeza Puha že obstajajo v TIC-ih v Sloveniji,
- ugotoviti, ali je mogoče narediti spominek kot poklon slovenskemu velikanu Janezu Puhu za današnjega sodobnega turista, ter določiti sprejemljivo prodajno ceno.

1.3 Temeljne hipoteze

Hipoteza 1: Janez Puh ima kot inovator, izumitelj in podjetnik velike zasluge in dosežke na svojem področju.

Hipoteza 2: Muzej v Sakušaku ponuja široko paleto spominkov z motiviko Janeza Puha.

Hipoteza 3: TIC-i v Sloveniji nimajo ustreznega spominka, ki bi na zadovoljiv način predstavljal Janeza Puha.

Hipoteza 4: Spominek, ki smo ga oblikovali, je primer spominka, ki se razlikuje od ostalih spominkov. Prav tako pa je postavljena cena sprejemljiva za turiste oziroma potrošnike.

1.4 Predpostavke in omejitve

Pri pisanju naloge smo se omejili na:

- vzorec anketirancev, in sicer je to 90 turističnoinformacijskih centrov (v nadaljevanju TIC) v Sloveniji;
- pri izvajanju inventarizacije smo se omejili na muzej (domačija Janeza Puha) v Sakušaku;
- pri razvrstitvi spominkov smo se omejili na tipologijo spominkov po posameznih zvrsteh;
- pri oblikovanju spominka smo uporabili materiale, ki so sprejemljivi in niso predragi za oblikovanje spominka, ki je namenjen povprečnemu turistu.

1.5 Uporabljen metodologija

V nalogi je uporabljena naslednja metodologija dela:

- metoda dela v knjižnici, in sicer študij strokovne literature, ki obravnava naše strokovno področje;
- metoda deskripcije, s katero bomo opisali posamezne pojme;
- metoda klasifikacije, s katero smo jasno definirali posamezne strokovne pojme s področja strojništva kakor tudi turizma;
- metoda komparacije nam je pomagala, da smo primerjali različna spoznanja in stališča avtorjev;
- metoda analize nam je bila v pomoč, da smo posamezna spoznanja in dognanja analizirali;
- z metodo sinteze smo analizirane dele povezali v celoto ter prišli do novih spoznanj in dognanj;
- s pomočjo kvantitativne metode dela je bila opravljena raziskava v TIC-ih v Sloveniji.

2 ZGODOVINA JANEZ PUHA

2.1 Janez Puh – življenje na podeželju

Veliki slovenski inovator, podjetnik, izumitelj, o kom govorimo? Seveda o našem velikanu Janezu Puhu. Rojen je bil 27. junija 1862 kot sin Franca Puha in matere Neže v občini Sakušak pri Juršincih, kjer si je danes možno ogledati muzej. Imel je dva brata in sestro, Martina, Franca in Marijo, Puhovo domačijo pa je prevzel mlajši brat Franc. Kot je bila v tistem času navada, so otroci odhajali od doma, da bi se izučili, kar je storil tudi Janez.

Janez je obiskoval enorazredno osnovno šolo pri Lovrencu v Slovenskih goricah. Pri dvanajstih letnih se je v Rotmanu pri Kranerju začel učiti za ključavničarja, pouk pa je nadaljeval na Ptuju in v Mariboru. Že kot otroka so ga zanimala kolesa in vse, kar ima motor. Zato je tudi on izumil t. i. 'čudežno' kolo, ki ima dve enako veliki kolesi, kasneje še motorje in avtomobile. Učno dobo je končal pri mojstru Ceršaku v Radgoni. Kot »vandrovec« pa je odšel na običajno strokovno izpopolnjevanje po svetu, da bi se še temeljiteje izučil in spoznal novosti, kar mu je tudi uspelo. Pot ga je preko Dunaja vodila v Nemčijo. V Nemčijo se je tudi preselil in bil zelo uspešen. Seveda pa doma ni nikoli pozabil. Zelo rad se je vračal domov na mamino gibanico, ki jo je imel nadvse rad. Občudoval je našo Lipico, še bolj pa konje, saj je bil njihov velik ljubitelj, kar je bil dodaten razlog za vračanje.

Umrl je na hrvaških tleh, in sicer 19. julija 1914 po konjskih dirkah, kjer ga je zadela srčna kap. Pokopan je na avstrijskih tleh, natančneje v Gradcu. Njegove smrti pa javnost sploh ni opazila, saj se je tistega leta že začela prva svetovna vojna.

2.2 Janez Puh: inovator, podjetnik, izumitelj

Janez Puh je zelo pomembna osebnost, ki si zasluži veliko večjo pozornost, kot je bil deležen vse do danes. Zakaj je Puh sploh inovator, podjetnik in izumitelj? Sledil je takratnemu razvoju na področju avtomobilizma, motociklizma in biciklizma. Predelal je tako imenovanega mišolina v dvokolo z enako velikima kolesoma s krogličnimi ležaji, gnano s pedali z verigo. Tako je leta 1889 ustanovil in odprl svoje podjetje Styria Werke in izdeloval znamenita dvokolesa, ki jih je poimenoval Styria. Kolo te znamke je doseglo odlične rezultate in celo zmago na vožnji od Bordeauxa do Pariza.

12 let za odprtjem podjetja je predstavil svoje prvo motorno kolo z bencinskim motorjem, 2 leti kasneje pa je predstavil še svoj prvi avtomobil. Tako je leta 1903 patentiral napravo za nastavljanje vžiga pri eksplozijskih motorjih in izdelal svoj prvi avtomobil, že leta 1904 pa predstavil izboljšanega. Leta 1903 je tovarna pričela serijsko proizvodnjo koles z motorjem. Leta 1906 je dirkač Nikodem z dvocilindrskim motociklom dosegel na Gordon-Bennettovih dirkah v Franciji rekord s povprečno hitrostjo 77 km/h, kakršnega ni zmozel do tedaj nihče na svetu. Istega leta je pričela tovarna s serijsko proizvodnjo avtomobilov. Po treh letih proizvodnje si je Puhova tovarna izborila vodilni položaj v primerjavi tako z domačo kot tujo konkurenco. Po besedah Vršiča (2012, str. 3) je tovarna v enem letu izdelala 16.000 koles, 300 motociklov in 300 avtomobilov. Leta 1912 je njegova tovarna zaposlovala 1.100 delavcev, kar je bilo za takratni čas ogromno.

To intenzivno Puhovo delo je poslabšalo njegovo zdravje, zato se je umaknil iz podjetja. Do leta 1914 je kljub vsemu razvil še 21 različnih modelov avtomobilov. Po njegovi smrti julija 1914 se je njegova tovarna razvijala naprej in je bila 10. maja 1935 združena v koncern »Steyr-Daimler-Puch Werke A.C.« s sedežem na Dunaju.

V tovarni, ki jo je ustvaril naš rojak Puh, danes izdelujejo najprestižnejša vozila za znane kupce po celem svetu. Prav tako pa tovarna sodeluje tudi v programu gradnje evropske raketne tehnike. Posamezni pomembni deli pa so vgrajeni v vsa posebna vozila na svetu.¹

¹Belec Milan. 2014. Puhovci v tovarni Magna. Glasilo SVS: Zveza SVS. September 2014, leto VI, številka 21.

3 ZAKAJ NAPISATI ZGODBO JANEZA PUHA?

V Strategiji razvoja slovenskega turizma 2012–2016² so zastavljeni glavni vsebinski cilji, in sicer: **konkurenčnost** (kjer so izpostavljeni tudi inovativnost, zadovoljstvo turistov in potrošnja na obiskovalca), **ugled in razvoj slovenskega turizma** in **prepoznavnost in ugled Slovenije v svetu**. Prav tako je evropska komisija izpostavila ključne cilje turistične politike, med katerimi je med cilji navedena **tudi inovativnost**.

Agencija SPIRIT je izdala krovni dokument Zgodbe v slovenskem turizmu³, v katerem je predstavljen shematski prikaz krovnih in top podpornih zgodb.

Po pregledu temeljnih dokumentov smo ugotovili, da vsem zgoraj navedenim ciljem ustreza slovenski velikan Janez Puh. Turizem temelji na zgodbah, pa naj so resnične ali pa izmišljene. Zgodba Janeza Puha je resnična in živa zgodba. Je zgodba majhnega preprostega človeka, ki je s trdim delom dosegel skoraj nemogoče, bi lahko rekli. Prav zato ga lahko uvrščamo med ljudi, ki se zapišejo v zgodovino. Puh predstavlja navdih iz Slovenije. Je človek, ki je osvojil svet s svojimi številnimi patenti, inovacijami in podjetniškim duhom. S svojim delom se je tako zapisal v zgodovino človeštva.

² Tomin Vučkovič Mateja et. al. 2013. Strategija razvoja slovenskega turizma 2012-2016: partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, str. 16, 30.

³SPIRIT. 2013. Zgodbe o slovenskem turizmu. Identifikacija in razvoj zgodb za potrebe oblikovanja in trženja turističnih produktov in destinacij. Ljubljana: SPIRIT opranizacija, str. 270.

4 EMPIRIČNI DEL

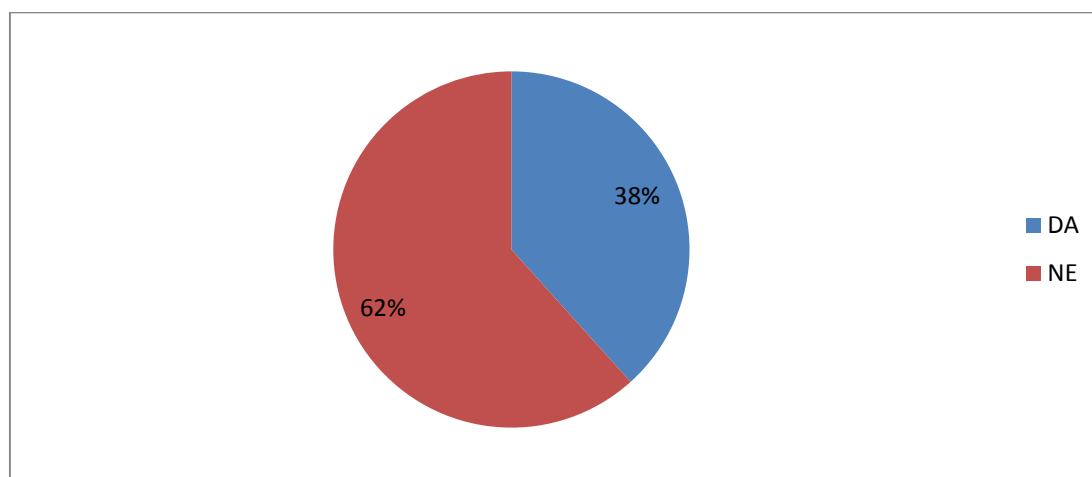
4.1 Analiza spominkov v turističnoinformacijskih centrih v Sloveniji

Zaradi relevantnejših podatkov smo opravili še krajšo raziskavo v obliki anketnega vprašalnika. Držali smo se pravila, da je vprašalnik jasn, kratek in nam pomaga do natančnejših odgovorov. Najprej smo opravili testiranje anketnega vprašalnika na vzorcu tridesetih anketirancev. S tem smo ugotavljali, ali so vprašanja dovolj jasna in razumljiva. Testno anketiranje je pokazalo, da so bila vprašanja dobro zastavljena.

Ključno anketiranje je potekala v času od 3. novembra do 28. novembra 2014, in sicer v obliki telefonskega anketiranja. **Vzorec populacije** so bili turističnoinformacijski centri, ki se nahajajo na področju Republike Slovenije. Osnovna baza za pridobitev števila TIC-ev je bila spletna stran krovne organizacije na državni ravni in sicer SPIRIT organizacije. Tako smo prišli do predvidenega števila vzorca populacije 90 TIC-ev (seznam TIC-ev se nahaja v prilogi 2, poglavje 10.2). Na anketni vprašalnik je odgovorilo 60 TIC-ev oziroma anketirancev. **Anketni vprašalnik** (glej prilogo 3, poglavje 10.3.) je bil sestavljen iz naslednjih tipov vprašanj, in sicer zaprti tip vprašanj ter klasična štiristopenjska Likertova lestvica, s katero smo preverjali stopnjo pomembnosti od “sploh se ne strinjam” do “popolnoma se strinjam”. Zbrane podatke oziroma odgovore vprašalnika smo najprej razvrstili, uredili in obdelali v programu Excel in jih prikazali tudi v obliki grafikonov.

4.2 Rezultati raziskave

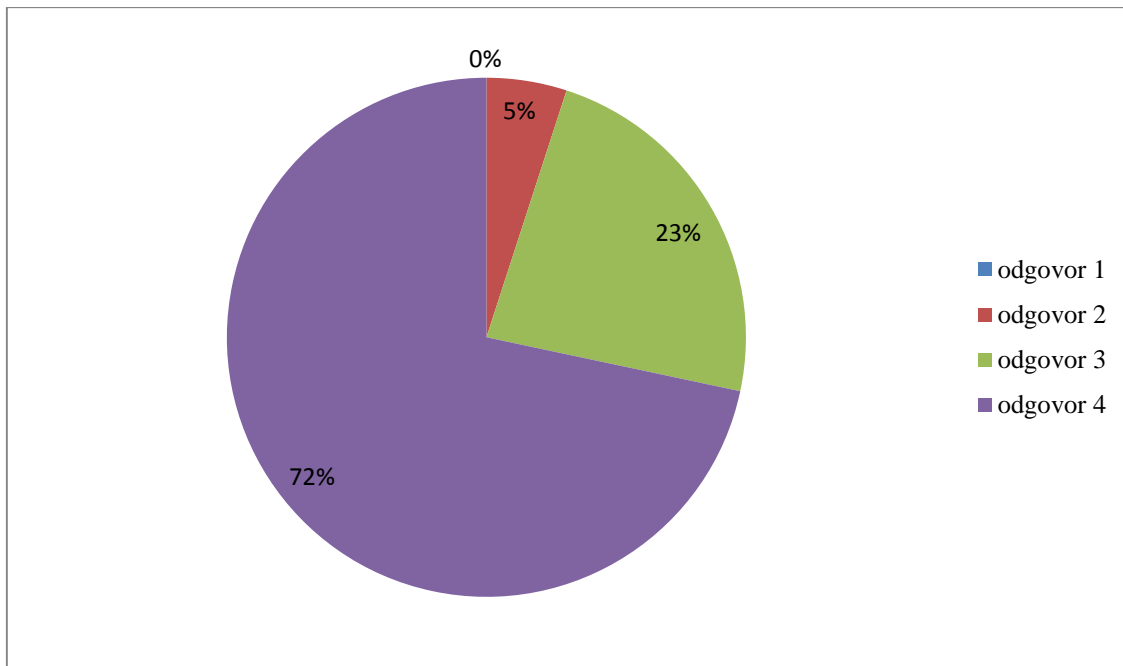
Grafikon 1: Ali mogoče veste, kdo je bil Janez Puh?



Vir: lastna raziskava

Iz grafikona 1 je razvidno, da 62 odstotkov anketirancev Janeza Puha ne pozna. Pritrdilno pa je odgovorilo 38 odstotkov anketirancev.

Grafikon 2: Kako pomembna se vam zdi iznajdba Puhovega kolesa?

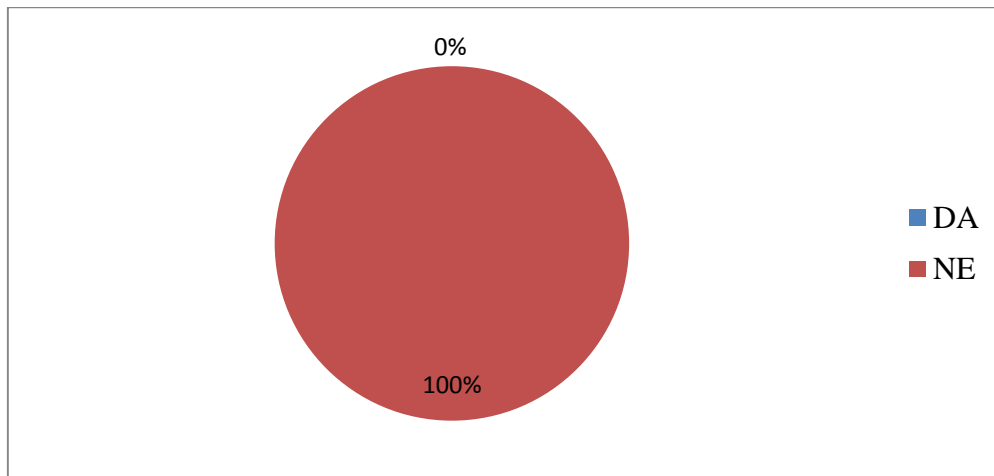


Vir: lastna raziskava

Ocenjevalna lestvica je bila od 1 do 4. 1 pomeni, da se ne zdi pomembno. 2 pomeni, da se zdi dokaj pomembno. 3 pomeni, da se zdi pomembno. 4 pomeni, da se zdi zelo pomembno.

Iz grafikona 2 je razvidno, da na odgovor 1 (ne zdi se pomembno) ni odgovoril nihče izmed anketiranih. Na odgovor 2 (zdi se dokaj pomembno) je odgovorilo 5 odstotkov anketirancev. Na odgovor 3 (zdi se pomembno) je odgovorilo 23 odstotkov anketirancev. Na odgovor 4 (zdi se zelo pomembno) je odgovorilo 72 odstotkov anketirancev.

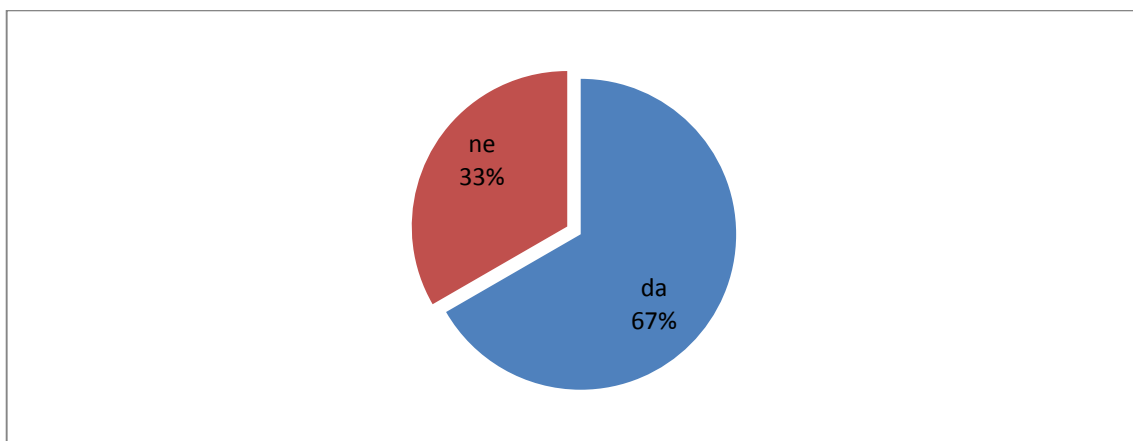
Grafikon 3: Imate kakšen spominek Janeza Puha v svojem informacijskoturističnem centru?



Vir: lastna raziskava

Na zgoraj navedeno vprašanje sta bila možna odgovora da in ne. Iz grafikona 3 je razvidno, da pritrdilno ni odgovoril nihče izmed anketirancev. Z ne je odgovorilo 100 odstotkov anketirancev. V dveh turističnoinformacijskih centrih pa ponujajo samo brošure na temo Janeza Puha, kar pa zaposleni v TIC-u ne obravnavajo kot spominek.

Grafikon 4: Bi bili pripravljeni, v svojem TIC-u sprejeti inovacijski predlog, in sicer unikatni spominek kot spomin na slovenskega velikana Janeza Puha?



Vir: lastna raziskava

Iz grafikona 4 je razvidno, da je z da odgovorilo 67 odstotkov anketirancev. Z ne pa 33 odstotkov anketirancev.

Uporaba spoznanj

Rezultati empirične raziskave se lahko uporabijo za:

- oblikovanje ideje za spominek na protokolarnem nivoju, torej na ravni države,
- poskus združevanja še drugih strok s turizmom,
- obujanje in oblikovanje še kakšne zgodbe pozabljenega slovenskega velikana.

4. 3 Inventarizacija spominkov v Sakušaku, v rojstni hiši Janeza Puha

Dne 24. oktobra 2014 je bila opravljena tako imenovana inventarizacija oziroma popis spominkov v muzeju – rojstni hiši Janeza Puha v Sakušaku. Delo je potekalo na terenu. Natančna tabela inventarizacije se nahaja v poglavju 10 (Priloge), in sicer glej prilogo 1. Na osnovi popisa smo spominke razvrstili v klasifikacijsko tabelo. V pomoč nam je bil temeljni dokument na ravni države, in sicer Strategija spominkov in organizacijsko-poslovni model produkcije in distribucije spominkov pod tržno znamko slovenskega turizma. Omejili smo se na **tipologijo spominkov po posameznih zvrsteh.** Spodnja tabela 1 na strani 16 prikazuje razvrstitev spominkov glede na tipologijo spominkov po posameznih zvrsteh. Turistični spominki so sredstva, s katerimi se ohranja kultura, spominki so tudi del ekonomske koristi na področjih proizvodnje. Turizem je največja svetovna gospodarska panoga. Nakupovanje spominkov predstavlja pomembno aktivnost turistov na potovanjih, nekatere raziskave kažejo da turisti za nakupovanje porabijo do 1/3 celotnega potovalnega proračuna. Kupovanje spominkov se je v turizmu v letu 2007 povečalo kar za 6 odstotkov. Prodaja izdelkov turistom predstavlja torej pomemben vir turističnih prihodkov.

Spominki so lahko opomniki na določene kraje, osebe, kulture, lahko pa so odraz družbenih procesov, interesov in odnosov moči v neki družbi. Spominki so lahko obravnavani kot predmeti, ki turiste spominjajo na doživetja in obiske znamenitosti na potovanjih. Segment spominkov je pomemben del turistične ponudbe, saj spominki turistom predstavljajo otipljiv spomin na potovanje ter na kraje, ki jih morda ne bodo nikoli več videli (povz. po Brennan in Savage, 2012, str. 144–156).

Spominek je vsak predmet, izdelek ali spoznanje, ki nam predstavlja posebnosti naravnega okolja in ustvarjalne različnosti vsakdanjikov in praznikov prebivalcev dežel, pokrajin, dolin, mest, vasi, tudi posebnosti, ki nam jih ponujajo v muzejih, naravnih parkih, turističnih centrih. Vse te predmete, izdelke, drobne pozornosti in (ali) darila poneseemo v svoja domača okolja, primarna kulturna okolja, kjer nam pomenijo nova spoznanja o deželah in okoljih, ki smo jih obiskali, spominjajo nas na prijetna doživetja in utrjujejo nova spoznanja ali pa nam celo omogočajo nova odkritja. Odpirajo nam nova znanja, ali pa so le drobne pozornosti, s katerimi smo razveselili prijatelje ob vrnitvi domov (Bogataj in Hosting d. o. o., 2008, str. 5). **Spominkarska piramida ali spominkarska tipologija** predstavlja celotno bogastvo obstoječih spominkov. Temu bi lahko rekli “banka” Slovenije. Vso to pestro paleto pa razdelimo na naslednje temeljne skupine: tipologijo spominkov po posameznih zvrsteh, tipologija po lokacijski vezanosti, tipologija spominkov po načinu izdelave, tipologija spominkov po načinu prodaje, tipologija spominkov po njihovih funkcijah (povz. po Bogataj in Hosting d. o. o., 2008, str. 8).

Tabela 1: Razvrstitev spominkov glede na tipologijo po posameznih zvrsteh

Zaporedna številka	Tipologija spominkov po posameznih zvrsteh	Inventarizacija spominkov
1.	Spominek s področja glasbenih in video medijev	DVD "IZUMITELJ JANEZ PUH"
2	Monografije	KNJIGA 100 let STEYR PUCH
3	Šiviljski in krojaški izdelki	KAPA PUHOV MUZEJ
4	Šiviljski in krojaški izdelki	KAPA DRUŠTVO
5	Miniature in pomanjšave	SLIKA PUHOV MUZEJ
6	Lončarski in keramičarski izdelki	GLINENI OBESKI
7	Lončarski in keramičarski izdelki	VRČKI (glineni)
8	Lončarski in keramičarski izdelki	ZVONČKI (glineni)
9	Steklarski izdelki	STEKLENIČKA
10	Šiviljski in krojaški izdelki	NAŠITEK DRJP
11	Šiviljski in krojaški izdelki	NAŠITEK PUCH
12	Šiviljski in krojaški izdelki množični spominki/spominkarski kič	NALEPKA DRJP, PUCH
14	Igre in igrače, spominki za razvedrilo	ŠTORKLJA
15	Kulinarični in gastronomski spominki	ŽGANJE
16	Kulinarični in gastronomski spominki	VINO
17	Miniature in pomanjšave	TABLICA (really)
18	Lončarski in keramičarski izdelki	KROŽNIK
19	Lončarski in keramičarski izdelki	OPEKA (poslikana)
20	Steklarski izdelki	KOZAREC
21	Šiviljski in krojaški izdelki	PUHOVA MAJICA
22	Miniature in pomanjšave	MALA SLIKA
23	Razglednice	RAZGLEDNICA MUZEJ, PUH
24	Poštna znamke	ZNAMKE
25	Izdelki usnjene galanterije	OBESK LESEN ali USNJEN
26	Množični spominki/spominkarski kič	BROŠKA
27	Množični spominki/spominkarski kič	ZNAČKA SLO – EU

Vir: lastna raziskava

4.4 Idejna zasnova spominka

Pri idejni zasnovi spominka smo poprosili za pomoč **Obrtno-podjetniško zbornico Slovenije**, in sicer **Sekcijo avtoserviserjev** in **Sekcijo kovinarjev**. Razlog za to je bil ta, da smo želeli pritegniti strokovnjake s področja, ki ga mi ne poznamo najbolje, in bomo na tak način pridobili relevantne podatke in prišli torej do končnega izdelka. Drug razlog pa je bil ta, da smo želeli povezati stroke in institucije pri oblikovanju inovacijskega predloga. Najprej je bila predstavljena sama ideja inovacijskega predloga, in sicer na sestanku dne 13. 11. 2014. Nato je sledila idejna zasnova spominka ter nenazadnje tudi izdelava spominka.

4.5 Inovacijski predlog

V nadaljevanju je predstavljen inovacijski predlog, in sicer je to idejna zasnova spominka, ki smo ga izdelali.

I. Primer spominka

Predstavlja spominek, izdelan iz materialov, ki so predstavljeni v spodnji tabeli 2.

Tabela 2: Primer kalkulacije za spominek

Uporabljen material	Cena v evrih
Okrasni karton (kartonski etui) z napisom, in sicer dimenzije 10 cm krat 11 cm krat 2 cm.	3,60
Izdelava lesene orehove podloge dimenzije 10 cm krat 11 cm krat 1,5 cm.	3,50
Izdelava spominka – pleksi dimenzije fi 5 cm krat 0,2 cm.	3,00
Trak trobojnica L 15 cm	0,20
Lastna cena (LC)	10,30
DDV	2,26
Končna cena (PC)	12,56 zaokroženo na 13,00

Vir: Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2015.



Slika 1: Primer izdelanega spominka

Vir: Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2015

OPIS SPOMINKA

Spominek je sestavljen iz:

- okrasnega kartonskega etuija,
- orehovega lesa,
- magnetka,
- traka trobojnica.

Okrasni kartonski etui je najcenejša oblika uporabljenega materiala, je sprejemljive cene in lepega estetskega izgleda. Faze dela so potekale takole:

- izdelava etuija,
- izdelava računalniškega programa za laserski izrez kartona,
- laser – izrez kartonskega plašča embalaže,
- stroj za izsekavanje s premikajočo se ramo (štanca),
- priprava za upogib kartona,
- lepljenje (uporabljeni sta bila lepilo in čopič).



Slika 2: Okrasni kartonski etui

Vir: Obrtno- podjetniška zbornica Slovenije 2015

Orehov les smo izbrali zato, ker predstavlja plemenit les in tako ustreza tako po barvi, kakor tudi kvaliteti. Les je bil najprej razrezan, pri delu se je uporabila strojna žaga za les, potem je sledil razrez na manjše dele pred poravnavanjem in sicer dimenzije 11 krat 12, sledilo je poravnavanje na ustrezno gladko debelino in sicer so se oblale mere 10 krat 11. V nadaljevanju je bil uporabljen sveder fi 50 za obdelavo lesa in stabilni vrtni stroj s pomočjo katerega se je izrezal utor s svedrom fi 50 globine 2 milimetra. Sledila je površinska zaščita lesa z lanenim oljem.

Magnetek

Za izdelavo magnetka smo uporabili laserski rezalnik, ki je izrezal željeno obliko spominka. Z laserskim gravirnim strojem pa smo natisnili vsebino spominka in sicer podobo Janeza Puha ter avtomobil.

Odtis napisa Janez Puh na pokrov etuija je potekalo takole:

- računalniška izdelava programa za izdelavo klišeja,
- stroj za termotisk,
- termofolija.



Slika 3: Magnetek s podobo Janeza Puha

Vir: Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2015



Slika 4: Magnetek s podobo avtomobila

Vir: Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2015

Trak trobojnica predstavlja barve slovenske zastave in se ga uporabi v takšnem stilu kot ga prikazuje slika 1.

II. in III. primer dveh spominkov

Primer spominka je lahko tudi **magnetek v samostojni prodaji** torej dva magnetka vsak s svojim natisnjanim motivom. Magnetka predstavljata enostavnejši spominek in najbolj razširjen spominek v širšem evropskem prostoru. Njegova lastna torej stroškovna cena bi bila 3,00 evre. Prodajna cena pa bi bila 3,00 evre z DDV-jem 0,66 evre skupaj torej 3,66 evra zaokroženo na 3,80 evre.

5 REZULTATI

Z inovacijskim predlogom Turistični spominek – poklon slovenskemu velikanu Janezu Puhu smo potrdili domnevo, da si Janez Puh zasluži večjo pozornost, kot je bil deležen do sedaj. Hipoteza 1 (Janez Puh: inovator, izumitelj in podjetnik ima velike zasluge in dosežke na svojem področju) je potrjena.

Hipoteza 2 (Muzej v Sakušaku ponuja široko paleto spominkov z motiviko Janeza Puha) je potrjena. **Terensko delo – inventarizacija** oziroma popis spominkov v muzeju, torej rojstni hiši Janeza Puha v Sakušaku je pokazalo, da ima muzej široko paleto spominkov, vendar takšnega, kot smo ga idejno zasnovali mi, še nimajo v svoji ponudbi.

Hipoteza 3 (TIC-i v Sloveniji nimajo ustreznega spominka, ki bi na zadovoljiv način predstavljal Janeza Puha) je potrjena. Opravljena raziskava **v obliki telefonskega anketiranja** na vzorcu populacije **turističnoinformacijskih centrov, ki se nahajajo na področju Republike Slovenije (90 turističnoinformacijskih centrov)** je pokazala, da je na anketni vprašalnik odgovorilo 60 TIC-ev oziroma anketirancev. Rezultati raziskave so pokazali, da 62 odstotkov anketirancev Janeza Puha sploh **ne pozna**. Prav tako 100 odstotkov anketirancev **nima spominka**, ki bi sploh predstavljal Janeza Puha. 67 odstotkov anketirancev pa bi bilo pripravljenih sprejeti unikatni spominek.

Hipoteza 4: Spominek, ki smo ga oblikovali, je primerek spominka, ki predstavlja drugačnost od ostalih spominkov. Prav tako pa je postavljena cena sprejemljiva za turiste oziroma potrošnike. **Idejna zasnova in oblikovanje spominka** sta pokazala, da bi bila stroškovna, torej lastna cena spominka 10,30 evra, prodajna cena (PC) z DDV-jem pa 12,56 evra, zaokroženo na 13,00 evra. To predstavlja povprečen znesek, ki ga porabi turist v Republiki

Sloveniji za neki spominek, kar je pokazala raziskava, opravljena med turisti s strani takrat imenovane STO organizacije. Hipoteza 4 je potrjena.

6 RAZPRAVA

Zgodba Janeza Puha je zgodba majhnega preprostega človeka, ki je s trdim delom dosegel skoraj nemogoče, bi lahko rekli. Prav zato ga lahko **uvrščamo med posameznike, torej ljudi, ki pišejo in se zapišejo v zgodovino** človeštva.

Slovenci smo lahko ponosni na to, da je naš rojak, saj je za seboj pustil neizbrisen pečat. Ker smo se mu z izdelavo spominka na neki način poklonili, smo mu izkazali pozornost, ki si jo zasluži. Nenazadnje je s svojim delom pustil neizbrisen pečat na področju avtomobilizma in strojništva v širšem prostoru. Tako bo še naprej živel med nami.

Empirični del naloge je predstavljalo terensko delo, in sicer anketiranje, izdelava, oblikovanje ter priprava spominka za prodajo, torej oblikovanje lastne (stroškovne) in prodajne cene. Terensko delo v obliki inventarizacije v Sakušaku je pokazalo, da ima muzej resnično široko paleto spominkov, in sicer 27 tipov spominkov, vendar spominek, kot smo ga oblikovali mi, še ne obstaja. Raziskava v TIC-ih v Sloveniji je pokazala, da sploh nimajo ustreznega spominka, ki bi predstavljal Janeza Puha. Idejna zasnova spominka in nenazadnje tudi sama izdelava spominka je pokazala, da je spominek estetsko in cenovno sprejemljiv za povprečnega turista, ki obišče Slovenijo. S tem smo dosegli naš namen naloge, saj smo oblikovali tri vrste spominkov, ki jih je dejansko možno takoj tržiti v prodajalnah turističnoinformacijskih centrih širom naše države.

Nenazadnje pa smo z nalogo dosegli tudi to, da smo se na takšen način poklonili človeku, ki se je s svojim delom zapisal v zgodovino človeštva. S spominkom smo se mu torej poklonili ob 100-letnici ter ga naredili prepoznavnejšega širšemu domačemu prostoru, v tujini je vsekakor bolj cenjen in prepoznaven kot pa pri nas. To pa bi lahko bilo nadaljevanje našega raziskovalnega dela v prihodnje.

7 DRUŽBENA ODGOVORNOST

Številne institucije so oblikovale raznovrstne definicije družbene odgovornosti. Vsem je pa skupno le to, da se odgovornosti zaveda vsak posameznik, kakor tudi družba in organizacije, ki delujejo v prostoru.

Ob raziskovanju in spoznavanju Janeza Puha smo ugotovili, da je ostal prezrt oziroma se mu nista posvetila takšna pozornost in mesto, kot si ju zasluži tako pri nas kot tudi v širšem prostoru.

V skladu s sedmimi načeli družbene odgovornosti po ISO 26000 izpostavljam načela, po katerih bi se morali ravnati, da ohranimo dediščino slovenskega velikana, in sicer se naše področje dotika tretjega načela, to je etičnega obnašanja. Če govorimo o tako imenovanem trajnostnem razvoju, se pričakuje, da bo Janez Puh ostal prepoznaven tudi za naše zanamce. Od organizacij na lokalni ravni kakor tudi državni ravni se pričakuje, da bodo spoznali veličino in pomembnost Puha in mu dodelili mesto in pozornost, ki si ju zasluži. Tudi če je to stran v učbeniku v osnovnih šolah in pri kasnejšem izobraževanju. Šole lahko v svoje programe šolskih ekskurzij vključijo obisk Puhovega muzeja v Sakušaku.

Še kako pa je pomembno, da se različne stroke med seboj povežejo. To smo z inovacijskim predlogom želeli doseči tudi mi, ko smo povezali strojništvo in turizem. Izdelali smo idejno zasnovo spominka, ki ga v Sloveniji še ni. Nenazadnje lahko spominek, narejen iz žlahtne kovine, kot je zlato ali srebro, predstavlja tudi protokolarni spominek, torej darilo na najvišjem državnem nivoju. S tem se promovira tako država Slovenija kakor tudi Janez Puh kot inovator, podjetnik, izumitelj. Majhen človek velikega pomena.

Na tak način smo želeli pokazati, da je medsebojno povezovanje nuja, če želimo, da ostane dediščina tudi za naše zanamce.

8 SKLEP

Ko smo iskali temo, ki bi bila zanimiva za prijavo naloge, smo se odločili, da moramo doseči, da naloga ne bo ostala samo na papirju, ampak bo dejansko zaživela tudi v praksi. Iskali smo drznost in drugačnost, in tako prišli do ideje, da bi združili oziroma povezali dve stroki, in sicer strojništvo in turizem. Biti drugačen, je danes v družbi 21. stoletja zaželeno. K temu smo stremeli v celotnem procesu nastajanja naloge. Želeli smo “napisati” tako imenovano zgodbo o malem človeku. Zgodbo, ki bo sprva ponesla glas najprej znotraj naših meja, kasneje pa lahko tudi v širšem evropskem prostoru, in sicer o človeku, ki je svojo veličino znal pokazati s svojimi dejanji in trdim delom.

Z inovacijskim predlogom Turistični spominek – poklon slovenskemu velikanu Janezu Puhu smo želeli doseči to, da se Janeza Puha spomnimo in se mu poklonimo ob 100-letnici njegove smrti.

Ob globljem raziskovanju in spoznavanju Janeza Puha smo ugotovili, da je ostal prezrt oziroma se mu ni dodelilo takšne pozornosti in mesta, kot si ju zasluži pri nas in širše. Nenazadnje pa se lahko spomnimo zanimivega in znanega stavka, ki se glasi: ”V delih svojih sam boš živel večno.” Le-to pa je Janezu Puhu tudi uspelo. Pomembno pa je, da njegovo veličino spoznajo tudi naši zanamci. Z nalogo smo dosegli svoj namen ter preverili zastavljene hipoteze.

Nova korist inovacijskega predloga je torej izoblikovan spominek, ki bi ga tržili v TIC-ih po Sloveniji. Končni izdelek imamo, prav tako je raziskava pokazala, da bi institucije s področja turizma širom naše države bile pripravljene in bi tudi tržile ta spominek.

9 SEZNAM UPORABLJENE LITERATURE IN VIROV

9.1 Literatura

1. Belec Milan. 2014. Puhovci v tovarni Magna. Glasilo SVS: Zveza SVS. September 2014, leto VI, številka 21.
2. Bogataj, Janez in Hosting svetovanje d.o.o. 2008. Strategija spominkov in organizacijsko poslovni model produkcije in distribucije spominkov pod tržno znamko slovenskega turizma. Ljubljana: SPIRIT.
3. Brenna Linda in Savage Theresa. 2012. Cultural consumption and souvenirs: an ethical framework. RMIT: University Ho Chi Minh City, School of Media and Communications.
4. Tomin Vučkovič Mateja et. al. 2013. Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016 : partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma. Ljubljana : Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. ISBN 978-961-6069-19-9.
5. Vršič Stanko. 2010. Nadaljujmo pot Janeza Puha. Juršinci: Društvo rojakov Jneza Puha. ISBN 978-961-269-237-7.

9.2 Viri

1. Inventarizacija, delo na terenu in sicer dne 24. oktobra 2014 je bila opravljena t.i. inventarizacija oziroma popis spominkov v muzeju - rojstni hiši Janeza Puha v Sakušaku.
2. Anketiranje turistično informacijski centri, ki se nahajajo na področju Republike Slovenije v času od 3. novembra do 28. novembra 2014 in sicer v obliki telefonskega anketiranja. (seznam TIC-ev se nahaja v prilogi 2 poglavje 10.2).
3. Obrtno – podjetniška zbornica Slovenije. 2014. Sekcija kovinarjev in Sekcija avtoserviserjev. Predstavitev idejne zasnove turističnega spominka na seji sekcij. 13. november 2014. Maribor: OZS.
4. Obrtno – podjetniška zbornica Slovenije. Sekcija kovinarjev in Sekcija avtoserviserjev. 2015. Obrtno – podjetniška zbornica Slovenije. Predstavitev idejnega spominka. 7. januar 2015. Maribor: OZS.

10 PRILOGE

10.1 Priloga 1: Inventarizacija spominkov na domačiji Janez Puha v Sakušaku

Zaporedna številka	Vrsta spominka
1.	DVD "IZUMITELJ JANEZ PUH"
2	KNJIGA 100 let STEYR PUCH
3	KAPA PUHOV MUZEJ
4	KAPA DRUŠTVO
5	SLIKA PUHOV MUZEJ
6	GLINENI OBESKI
7	VRČKI (glineni)
8	ZVONČKI (glineni)
9	STEKLENIČKA
10	NAŠITEK DRJP
11	NAŠITEK PUCH
12	NALEPKA DRJP, PUCH
14	ŠTORKLJA
15	ŽGANJE
16	VINO
17	TABLICA (really)
18	KROŽNIK
19	OPEKA
20	KOZAREC
21	PUHOVA MAJICA
22	MALA SLIKA
23	RAZGLEDNICA MUZEJ, PUH
24	ZNAMKE
25	OBESK LESEN ali USNJEN
26	BROŠKA
27	ZNAČKA SLO – EU

Vir: lasten

10.2 Priloga 2: Seznam TIC-ev v Sloveniji, ki so bili zajeti v raziskavi

1. TIC Maribor
2. TIC Slovenska Bistrica
3. TIC Slovenj Gradec
4. TIC Radlje ob Dravi
5. TIC Črna na Koroškem
6. TIC Muta
7. TIC Ptuj
8. TIC Ormož
9. TIC Ravne na Koroškem
10. TIC Lenart
11. TIC Moravske Toplice
12. TIP Cerkevjak
13. TIC Kranj
14. Turistično društvo Bled
15. TIC Kranjska Gora
16. TIC Bohinj
17. TIC Jesenice
18. TIC Zgornje Jezersko
19. TIC Tržič
20. TIC Blegoš
21. TIC Preddvor
22. TIC Celje
23. TIC Slovenske Konjice
24. Razvojna agencija Savinja
25. Javni zavod Turizem Rogaška Slatina
26. TIC Laško
27. TIC Žalec
28. TIC Velenje
29. TIC Logarska Dolina
30. TIC Zgornje Savinjske Doline
31. Občina Šmarje pri Jelšah
32. TIC Zreče
33. Turizem Podčetrtek
34. TIC Šentjur
35. TIC Dobrna
36. TIC Mozirje
37. Zavod za kulturo, turizem in razvoj Rogatec
38. TIC Kozje
39. TIC Prebold
40. TIC Žička kartuzija
41. TIC Ljubljana
42. TIC Kamnik
43. Turistično Društvo Cerknica – TIC
44. TIC Ribnica

45. Zasavska turistična organizacija d.o.o.
46. TIC Brezovica
47. TIC Loški Potok
48. TIC Kočevje
49. TIC Osilnica
50. TIC Vrhnika
51. TIC Brnik
52. TIC Zasavje
53. TIC Medvode
54. TIC Lendava
55. TIC Murska Sobota
56. TIC Gornja Radgona
57. TIC Ljutomer
58. Turistična pisarna Radenci
59. TIC Razkrižje
60. Zavod za kulturo, šport, turizem in razvoj podeželja občine Puconci
61. TIC Jeruzalem
62. TIC Veržej – Center Duo
63. TIC Ajdovščina
64. TIC Vipava
65. TIC Postojna
66. TIC Izola
67. TIC Portorož
68. TIC Piran
69. TIC Ankaran
70. Turistična pisarna Ankaran
71. TIC Tolmin
72. TIC Bovec
73. TIC Cerknjo
74. TIC Dobrovo V Brdih
75. TIC Idrija
76. TIC Sežana
77. TIC Koper
78. TIC Nova Gorica
79. TIC Štanjel
80. TIC Kobarid
81. TIC Brda
82. TIC Hrastovlje
83. TIC Novo Mesto
84. TIC Brežice
85. TIC Trebnje
86. TIC Dolenjske Toplice
87. TIC Metlika
88. TIC Semič
89. TIC Šentjernej
90. TIC Škocjan

10.3 Priloga 3: Anketni vprašalnik

ANKETA

Pozdravljeni, sva dijakinji ene izmed srednjih šol, ter delava raziskovalno nalogo inovacijski predlog z naslovom Turističen spominek – poklon slovenskemu velikanu Janezu Puhu. Letos je minilo 100 let od njegove smrti. V nadaljevanju vama bova zastavili kratka vprašanja, ki nam bodo v pomoč, da bova potrdili

1. Ali mogoče veste kdo je bil Janez Puh?

DA

NE

2. Kako pomembna se vam zdi iznajdba Puhovega kolesa?

1- ne zdi se mi pomembno

2- zdi se mi dokaj pomembno

3- zdi se mi pomembno

4- zdi se mi zelo pomembno

3. Imate kakšen spominek Janeza Puha v vašem informacijsko turističnem centru?

DA

NE

4. V kolikor ste odgovorili z ne, bi bili pripravljeni v vašem TIC-u sprejeti inovacijski predlog in sicer unikatni spominek kot spomin na slovenskega velikana Janeza Puha?

DA

NE

Hvala za vaše sodelovanje.