

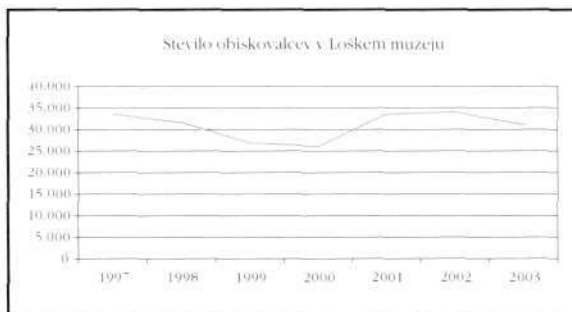
Muzejska prodajalna v Loškem muzeju Škofja Loka med konceptom in prodajo

Loški muzej, ustanovljen leta 1939, je danes javni zavod, katerega ustanoviteljica je Občina Škofja Loka, svoje delo pa teritorialno omejuje na območje občin Škofja Loka, Železniki, Gorenja vas – Poljane in Žiri. Muzej je registriran kot splošni muzej z arheološko, zgodovinsko, kulturnozgodovinsko, umetnostno, etnološko in naravoslovno zbirko.

Loški muzej v zadnjih letih letno obišče med 25.000 in 34.000 obiskovalci. S tem številom obiskovalcev je muzej najbolj obiskana turistična lokacija na Škofjeloškem, hkrati pa muzej sodi tudi med bolj obiskane slovenske muzeje¹.

Leto	Število obiskovalcev
1997	33.402
1998	31.537
1999	26.789
2000	25.981
2001	33.485
2002	33.916
2003	30.961

Tabela št. 1: Obisk Loškega muzeja v letih 1997 do 2003



Graf št. 1: Obisk Loškega muzeja v letih 1997 do 2003

Muzejske zbirke brez dvoma ustvarjajo identiteto vsakega muzeja, vendar pa imajo v muzejih pomembno vlogo tudi drugi deli; od same stavbe, v kateri se muzej nahaja, pa do muzejske okrepčevalnice oziroma restavracije, muzejske prodajalne, toaletnih prostorov itn.

Pomemben del sodobne muzejske ponudbe so danes prav muzejske prodajalne, kjer lahko obiskovalci kupijo muzejske spominke, njihova prodaja pa (lahko) predstavlja enega od (pomembnih) lastnih virov dohodka muzeja. Vendar muzejskih spominkov ne smemo razumeti zgolj kot vir dohodka muzeja, temveč tudi kot

pomembno sredstvo komunikacije med muzejem oziroma njegovimi zbirkami in obiskovalci.

Koncepti muzejskih prodajaln oziroma njihove ponudbe so raznoliki. Eden najbolj razširjenih konceptov temelji na replikah, kopijah predmetov, ki jih hranijo muzeji in na njenih raznolikih reprodukcijah. Vendar pa njihova vloga lahko preseže zgolj okvire muzejske prodajalne, muzejski spominki so hkrati lahko tudi promocijsko, poslovno ali protokolarno darilo.

Kljub obisku, ki Loški muzej uvršča med bolj obiskane slovenske muzeje, muzej še nima prave muzejske prodajalne. Eden od razlogov je pomanjkanje prostora, kjer bi lahko bila muzejska prodajalna. Ureditev prostora za tovrstno ponudbo je namreč povezana z odprtjem novega, prvotnega vhoda v Loški grad v njegovem severovzhodnem stolpu. Nov vhod in s tem tudi pravo muzejsko prodajalno bo Loški muzej po planu prenove Loškega gradu lahko odprl šele leta 2005 oziroma kasneje.²

Vendar pa začetki prvih lastnih muzejskih spominkov v Loškem muzeju segajo v 80. leta 20. stoletja, pred tem pa je muzej prodajal Loške razglede Muzejskega društva Škofja Loka. Prvi spominki so bile značke in priponke s podobo Loškega gradu ter razglednica z motivom Škoparjeve hiše, ki je poleg drugih objektov sestavljala prvi muzej na prostem v Sloveniji na grajskem vrtu Loškega gradu. V naslednjih letih je muzej izdal še nekaj razglednic, ponudbo pa razširil s prodajo posameznih publikacij.³ Leta 1989 je izdal »Loški muzej, vodnik po zbirkah«, leta 1995 pa je obiskovalcem ponudil figuri za oblačenje »Par v narodni noši«. Istega leta je izdal tudi rutice, potiskane z barvarskimi modeli, ki so jih pri svojem delu uporabljali loški »firbarji«. Rutice so imele med obiskovalci zelo dober odmev⁴ in so leta 1998 pošle⁵. Leta 1999 je muzej izdal še maketo »Zgornji stolp na Kranclju«.⁶

V letih 2001 in 2002 je ponudba muzejskih spominkov Loškega muzeja obsegala razglednice, značke in posamezne publikacije ter je potekala na recepciji. Zanimanje in dohodek od prodaje omenjenih spominkov je bil skromen oziroma odraz ponudbe, ki jo lahko ocenim kot zelo slabo. Dohodek od prodaje spominkov je v letu 2001 znašal skupno 68.480 SIT⁷, v letu 2002 je dohodek skupaj znašal 93.614 SIT, od tega od prodaje publikacij 54.964 SIT, od prodaje razglednic in značk pa 38.650 SIT. Ob tem želim poudariti, da je maloprodajna cena spominkov vključevala zgolj lastno ceno izdelave oziroma je prodaja zgolj pokrila stroške izdelave.

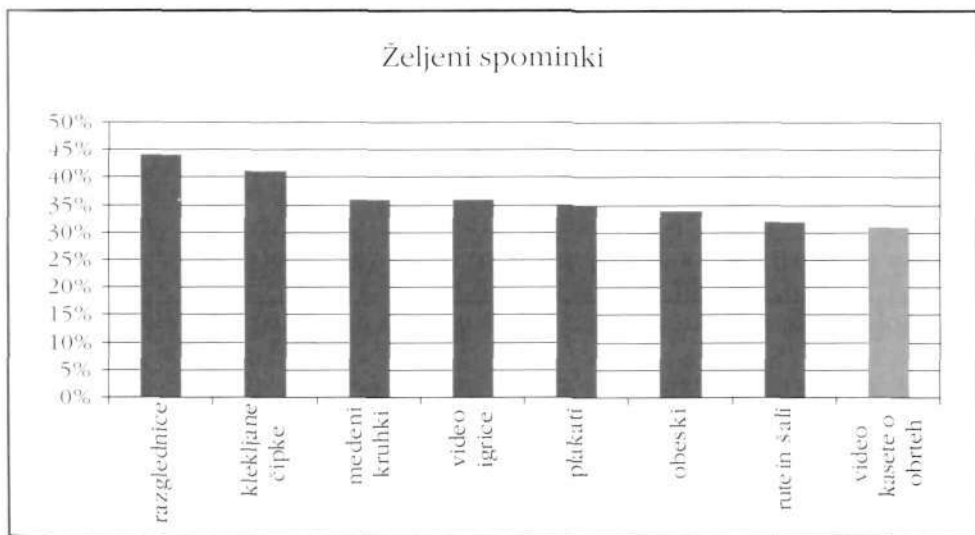
V letu 2003 je bil med projekti Etnološkega oddelka Loškega muzeja tudi projekt Muzejska prodajalna. Glavni cilji projekta v letu 2003, katerega izvedba je predvidena v več fazah oziroma letih, je bilo oblikovanje koncepta muzejske prodajalne in osnovne ponudbe muzejskih spominkov. Projekt je bil uvrščen med prioritete Loškega muzeja v tem letu, finančno pa ga je podprlo Ministrstvo za kulturo v sklopu rednega financiranja Loškega muzeja.

Ob poznavanju strokovne literature, stanja muzejskih prodajaln in njihove ponudbe v slovenskih muzejih ter razmer v Loškem muzeju sem oblikovala koncept muzejske prodajalne. Koncept temelji na naslednji ponudbi: replike muzejskih predmetov, izdelki, narejeni po predlogah, shranjenih v muzeju, izdelki, izpeljani iz muzejskih replik, predlog ali z njihovimi simboli (npr. majice, svinčniki, razglednice, koledarji, radirke, kape ipd.) ter literatura in gradivo o loškem območju. V okviru

muzejske prodajalne, ki naj bi bila v prihodnjih letih združena z informacijsko točko, pa je predvidena tudi stalna dostopnost promocijskega turističnega gradiva o loškem območju. Predvideni koncept ponudbe je po zasnovi in obsegu dovolj širok, da lahko različnim ciljnim skupinam obiskovalcev ponudi muzejske spominke za vse najpomembnejše zbirke Loškega muzeja.

Za namen projekta sem pripravila vprašalnik, nato pa je bila v mesecu oktobru leta 2002 opravljena anketa med 190 naključno izbranimi predstavniki najpomembnejših ciljnih skupin obiskovalcev Loškega muzeja. Število anketiranih obiskovalcev je glede na število vseh obiskovalcev Loškega muzeja v letu 2003 minimalno in predstavlja zelo majhno število oziroma zgolj 0,56 % vseh obiskovalcev v tem letu.

Največ obiskovalcev je na vprašanje, katere predmete bi želeli kupiti v muzejski prodajalni, odgovorilo: razglednice z motivi predmetov iz Loškega muzeja (44% obiskovalcev), klekljane čipke (41% obiskovalcev), medene oziroma dražgoške in loske kruhke (36% obiskovalcev), video igrice (36% obiskovalcev), plakate z motivi predmetov iz Loškega muzeja (35% obiskovalcev), obeske z motivi predmetov iz Loškega muzeja (34% obiskovalcev), rute in sale z vzorci loških barvarjev (32% obiskovalcev) in videokasete o obrteh predstavljenih v Loškem muzeju (31% obiskovalcev). Vse ostale spominke (npr. makete, svečnike ipd.) bi želelo kupiti manj kot 30 % anketiranih obiskovalcev.



Graf št. 2: Najbolj željeni spominki

Za projekt Muzejska prodajalna je bil, zaradi številnih drugih izdatkov v Loškem muzeju v letu 2003, lahko namenjen zgolj znesek v višini 500.000 SIT. Želeli smo ga nameniti za ponoven tisk rutk z motivi loških barvarjev in izdelavo drugih spominkov, zato smo spomladi leta 2003 na sedanjem vhodu postavili že obstoječo vitrino, ki trenutno predstavlja »muzejsko prodajalno« Loškega muzeja.

V letu 2003 je ponudba skupaj obsegala 66 predmetov različnih cenovnih razredov od nekaj deset do nekaj tisoč tolarjev, ki so bili na prodaj na dveh lokacijah – na Loškem gradu in tudi v Galeriji Ivana Groharja. Ponudba je temeljila na publikacijah Loškega muzeja ter na posameznih že obstoječih spominkih in spominkih, ki jih je v tem letu pripravil Loški muzej ter na izdelkih rokodelcev z loškega in širšega območja. V ponudbo so bile vključene tudi publikacije Muzejskega društva Škofja Loka in nekaterih drugih loških društev in združenj.

Loški muzej je v letu 2003 za namen prodaje izdal obeske z motivi s pečnic Zgornjega stolpa na Kranclju, tkalske deščice in rutke. Ostali spominki (npr. medeni kruhki, čipke, punčke iz cunj, zgoščenska, skodelice, majice itn.) pa so bili zaradi omejenih sredstev v muzejski prodajalni po načelu komisijske prodaje. Med spominki je potrebno posebej omeniti tudi spominke (razglednice) za ljudi s posebnimi potrebami oziroma slepe in slabovidne, pri izdelavi katerih nam je priskočil na pomoč Center slepih in slabovidnih iz Stare Loke. S tovrstno ponudbo muzej sledi smernicam v slovenskih muzejih, saj je ponudba za ljudi s posebnimi potrebami ena od prioritet slovenskih muzejev danes in tudi v prihodnjih letih.

Delo na projektu se seveda ni končalo s postavitvijo vitrine in spominkov, potrebno je bilo poskrbeti tudi za cenik, spremna besedila in embalažo za posamezne predmete, tedensko pa sem spremljala prodajo, skrbela za stalno zalogo ter s pomočjo vratarjev tudi beležila mnenja in želje obiskovalcev.

Plan prodaje Loškega muzeja v muzejski prodajalni za leto 2003 je bil za prodajo publikacij 100.000 SIT in za prodajo drugih muzejskih spominkov (npr. rutice, tkalske deščice, rokodelski izdelki itn.) prav tako 100.000 SIT.

Skupen znesek od prodaje muzejskih spominkov Loškega muzeja je v letu 2003 znašal 300.481 SIT, od tega je bilo prodano za 68.597 SIT publikacij Loškega muzeja¹⁰ in za 231.884 SIT ostalih muzejskih spominkov.

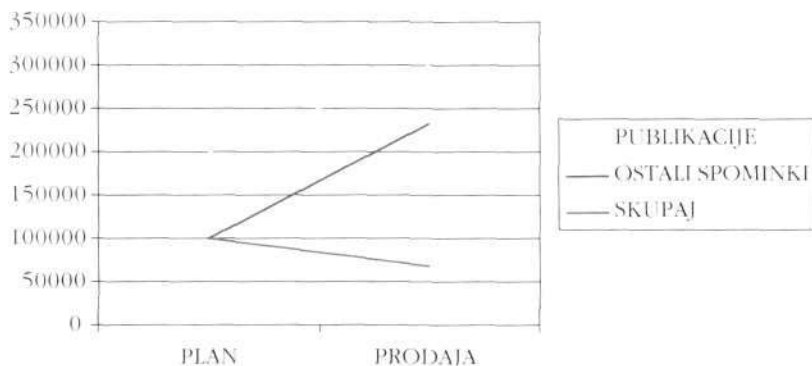
	PLAN	PRODAJA
PUBLIKACIJE	100.000 SIT	68.597 SIT
OSTALI SPOMINKI	100.000 SIT	231.884 SIT
SKUPAJ	200.000 SIT	300.481 SIT

Tabela št. 2: Plan in prodaja v muzejski prodajalni v letu 2003

Med najbolj prodajanimi spominki v letu 2003 so bili: razglednice z motivi predmetov iz Loškega muzeja, značke s podobo Loškega gradu, medeni oziroma dražgoški in loški kruhki, figuri za oblačenje »Par v narodni noši«, klekljane čipke, rutke z motivi loških barvarjev, obeski z motivi s pečnic z Zgornjega stolpa na Kranclju in Vodnik po Loškem muzeju.

Analiza odgovorov na anketo in analiza dejanske prodaje je pokazala, da je anketa kljub zelo majhnemu vzorcu obiskovalcev dala zelo dobre podatke o željenih

Plan in prodaja v letu 2003



Graf št. 3: Plan in prodaja v muzejski prodajalni v letu 2003

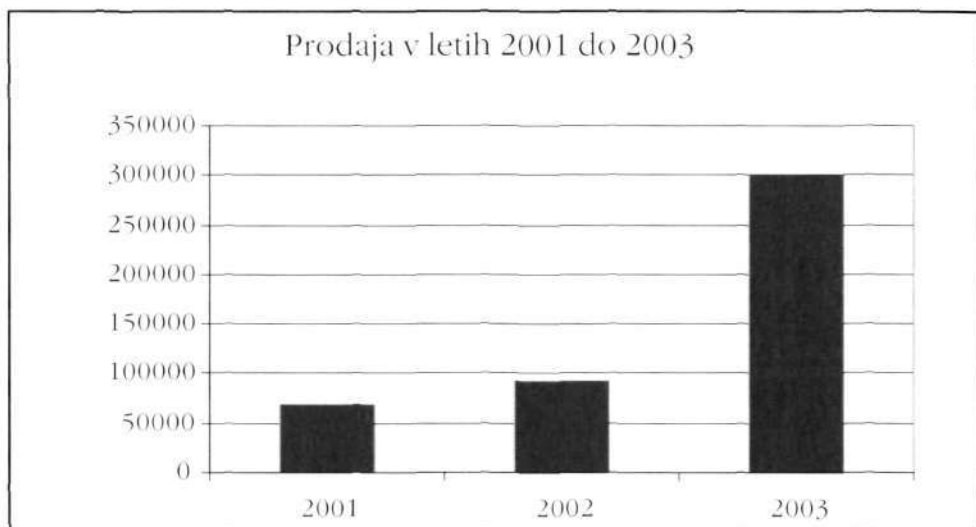
spominkih, saj so bili najbolj željeni spominki tudi dejansko najbolj prodajani v letu 2003. Odstopanja med povpraševanjem in prodajo je opaziti le pri tistih spominkih, ki jih Loški muzej še nima v svoji ponudbi ali pa niso bili uvrščeni med možne odgovore v anketi.

Rezultate prodaje v letu 2003 lahko ocenim kot dobre, saj je prodaja vseh muzejskih spominkov skupaj za 50 % presegla plan za leto 2003. Prodaja publikacij ni dosegla predvidenega plana, kar je mogoče pripisati zelo skromni ponudbi zgolj nekaj primerkov publikacij, ki jih ima Loški muzej, med njimi ni npr. nobene publikacije v tujih jezikih.¹¹ Veliko boljša pa je bila prodaja drugih spominkov, saj je bila za 132 % večja od načrtovane. Razveseljivo je tudi, da je bila prodaja v primerjavi z letom 2002 večja za 221 %, v primerjavi z letom 2001 pa večja za 339 %. To je brez dvoma mogoče pripisati veliko boljši ponudbi muzejskih spominkov Loškega muzeja, z izjemo publikacij, v primerjavi s preteklimi leti.

Vendar pa to nikakor ne pomeni, da je delo na projektu Muzejska prodajalna (lahko) končano. S projektom bo potrebno v naslednjih letih intenzivno nadaljevati.

LETO	SKUPNI ZNESEK OD PRODAJE MUZEJSKIH SPOMINKOV
2001	68.480 SIT
2002	93.614 SIT
2003	300.481 SIT

Tabela št. 3: Prodaja v muzejski prodajalni v letih 2001 do 2003



Graf št. 4: Prodaja v muzejski prodajalni v letih 2001 do 2003

Koncept muzejske prodajalne, ki je kot že rečeno ena od pomembnih sestavil sodobne muzejske ponudbe, in osnovna ponudba muzejskih spominkov v Loškem muzeju sta oblikovani. Glede na poznavanje razmer v ostalih slovenskih muzejih lahko trdim, da je Loški muzej brez dvoma eden redkih muzejev v Sloveniji, ki se je oblikovanja ponudbe v muzejski prodajalni lotil s trdno postavljenimi interdisciplinarnimi izhodišči, pa čeprav je trenutna ponudba in tudi prodaja zaradi več vzrokov še daleč od željene in tudi takšne ponudbe oziroma prodaje, ki bi bila primerljiva z podobnimi muzeji v Evropski uniji.

Pri pripravi koncepta muzejske prodajalne in njegovi realizaciji, ne le v Loškem muzeju temveč tudi v vseh drugih slovenskih muzejih, se namreč odpirajo številna strokovna vprašanja in dileme: kadrovska zasedba v muzejih in primarne naloge zaposlenih; strokovna znanja, potrebna za oblikovanje koncepta muzejske prodajalne in njeno uspešno poslovanje;



Prodajna vitrina v Loškem muzeju

poslanstvo muzeja in muzejske prodajalne ter koncept ponudbe oziroma kako široka naj bo ponudba v muzejski prodajalni; vprašanje avtorskih pravic; znanje izdelave kopij posameznih muzealij in zagotavljanje njihove stalne kakovosti; organizacija in obseg proizvodnje posameznih predmetov ter njena (visoka) cena; visoki stroški embalaže; višina maloprodajne cene spominkov; višina zalog; visoki finančni vložki; prodajne poti muzejskih spominkov ipd.

Prepričana sem, da bodo omenjene dileme in težave v prihodnje zahtevale veliko več strokovnih prizadevanj.

Viri in literatura

- Batič Jerneja, Sedej Koporec Vida. *Analiza stanja na področju varstva premične kulturne dediščine. v: Analiza stanja na področju kulture in predlogi prednostnih ciljev*. Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije, Ljubljana 2000, str. 344–367.
- Eržen Janez, Pavlovec Andrej. *Skoparjeva hiša – zametek muzeja na prostem*, v: *Loški razgledi 8*, Muzejsko društvo Škofja Loka, Škofja Loka 1961, str. 112–123.
- Hafner Dolenc Mateja, univ. dipl. ing. arhitekture, visja svetovalka za prenovo, Občina Škofja Loka.
- Informator Podnar Franc, zgodovinar, direktor, kustos za zgodovino, Loški muzej Škofja Loka.
- Informatorica Kalan Mira, prof. umetnostne zgodovine in zgodovine, kustodinja pedagoginja in bibliotekarka, Loški muzej Škofja Loka.
- Informatorica Bulovec – Sifrer Mojca, prof. zgodovine in univ. dipl. etnologinja, kustodinja za etnologijo, Loški muzej Škofja Loka.
- Informatorica Simonič Marta, ekonomistka, računovodkinja, Loški muzej Škofja Loka.
- Kalan Mira. *Analiza trenda obiskovalcev Loškega muzeja v letih 1997–2001*, Škofja Loka 2002, tipkopis.
- Kalan Mira. *Poročilo o delu Pedagoškega oddelka Loškega muzeja v letu 2003*, Škofja Loka 2004, tipkopis.
- Mrzel Aleš. *Novosti v Loškem muzeju na prostem*, v: *Loški razgledi 10*, Muzejsko društvo Škofja Loka, Škofja Loka 1963, str. 115–226.
- Računovodski podatki Loškega muzeja za leto 2001, 2002 in 2003.

¹ Primerjaj Batič, Sedej Koporec, 2000, str. 353.

² Informatorica Mateja Hafner Dolenc.

³ Več o tem glej npr. Eržen, Pavlovec, 1961, str. 112–113; Mrzel, 1963, str. 215–226.

⁴ Informator Franc Podnar.

⁵ Informatorica Mira Kalan.

⁶ Informatorica Mojca Sifrer – Bulovec.

⁷ Informatorica Marta Simonič.

⁸ Informatorica Mira Kalan.

⁹ Vsi navedeni zneski v članku so z že odbitimi davki na dodano vrednost.

¹⁰ V muzejski prodajalni je potekala tudi prodaja publikacij Muzejskega društva Škofja Loka, ki pa v znesek niso vštete.