

16. mednarodni festival

Več znanja za več turizma



Avtorji: Valentina Frank, Blaž Semolič, Tjaša Pegan, Tjaša Mahnič

Šolsko leto: 2018/2019

Sežana, januar 2019

Mentorica: Maja Prešeren, univ. dipl. ekon.

Srednja šola Srečka Kosovela Sežana
Tel: +386 05 7311 280
Fax: +386 05 7311 289
E-pošta: ss.srecko-kosovel@guest.arnes.si

NASLOV NALOGE: KRAŠKI SKRITI ZAKLAD

Avtorji: Valentina Frank (valentina.frank313@gmail.com)

Blaž Semolič (b.semolic7@gmail.com)

Tjaša Pegan (tjasa.pegica@gmail.com)

Tjaša Mahnič (mahnic.tjasa@gmail.com)

Šolsko leto: 2018/2019

Mentorica: Maja Prešeren, univ. dipl. ekon. (maja.preseren@gmail.com)

POVZETEK

Smo dijaki 4. letnika smeri ekonomski tehnik in smo v skladu z razpisom Turistične zveze Slovenije »Turistični spominek mojega kraja«, izdelali raziskovalno-projektno nalogu z naslovom Kraški skriti zaklad. Ker letos mineva 120 let od rojstva Avgusta Černigoja, smo ga izbrali za temo naše projektne naloge. Menimo, da je njegovo delo pravi zaklad. Je najvidnejši predstavnik zgodovinske avantgarde v slovenski likovni umetnosti, je utemeljitelj konstruktivizma, član slovenske akademije znanosti in umetnosti ter dobitnik Prešernove nagrade za življensko delo na področju likovne umetnosti. V Kosovelovi knjižnici v Sežani smo si ogledali razstavo o njegovem življenju potem pa še razstavo umetniških del v galeriji v Lipici. Njegove umetnine so bile naš navdih. Zamislili smo si, da bi jih da bomo turistom predstavili z zanimivo sobo pobega v njegovi galeriji. V sobi pobega bi obiskovalci proučevali umetnine, iskali šifre in skrite namige ter tako spoznavali Kras skozi oči umetnosti. S tem bi povečali obisk galerije, obenem pa bi v sodelovanju s Kobilarno Lipica razvili linijo spominkov oz. "merchandising" pod blagovno znamko KrasART2Go.

Ključne besede: Avgust Černigoj, spominki, umetnostna galerija, KrasArt2Go, Soba pobega

ABSTRACT

We (Valentina, Tjaša, Tjaša, Blaž) are 4th year students of Secondary school of economics at School Center Srečko Kosovel from Sežana. We created souvenirs for our project in accordance with the tender of Turistic association of Slovenia with the title »Turistic souvenir of my town«. We made a research project named »Karst hidden treasure«. It's been 120 years since Avgust Černigoj was born, so we decided to make a project about him. We think that his artwork is a treasure. He is the most prominent representative of historical avant-garde in the Slovenian fine arts. He is also the founder of constructivism, a member of the Slovenian Academy of Sciences and Arts and a Prešern prize winner for lifetime work in the field of fine arts. We visited Avgust Černigoj's life exhibition which was held in Kosovel's library in Sežana and also his gallery in Lipica. His art work was our inspiration. Our idea was to present his art work through an interesting Escape room in his gallery. Visitors would study his art works and look for clues, codes and hidden hints, that way they would discover new things about Karst through the eyes of an artist. In this case we would increase the interest in visiting the gallery. In cooperation with Lipica stud farm we would develop a line of souvenirs/merchandise under the brand KrasArt2Go.

Key words: Avgust Černigoj, souvenirs, art gallery, KrasArt2Go, Escape room

KAZALO

POVZETEK	III
ABSTRACT	III
PREDSTAVITEV IZBRANE TEME	1
UPORABLJENE METODE PRI RAZISKAVI.....	1
OPREDELITEV V RAZISKAVI UPORABLJENIH PODATKOV	2
RAZISKOVALNI DEL NALOGE	2
OBLIKOVANJE TURISTIČNEGA PROIZVODA	3
NAČRTOVANA PROGRAMSKA STRUKTURA	3
SOBA POBEGA: KRAŠKI SKRITI ZAKLAD	4
PRODAJA SPOMINKOV: BLAGOVNA ZNAMKA KRASART2GO	4
TRŽNI CILJI IN ZASNOVA PROJEKTA.....	5
KOMUNICKACIJSKI SPLET	6
FINANČNI NAČRT	7
ZAKLJUČEK.....	7
VIRI IN LITERATURA	8
PRILOGE	I
PRILOGA 1: Seznam sodelujočih dijakov na mednarodnem festivalu	II
PRILOGA 2: Finančni načrt.....	III
PRILOGA 3: Skice z dimenzijami stojnice.....	IV
PRILOGA 4: Katalog	V
PRILOGA 5: Vabilo na delavnice.....	VI
PRILOGA 6: Predstavitev na stojnici	VII

KAZALO SLIK

Slika 1: Letak.....	1
Slika 2: Černigojeva dela	3
Slika 3: Snemanje predstavitvenega videa	4
Slika 4: Primeri spominkov	5
Slika 5: Logotip naše blagovne znamke	6
Slika 6: Skice z dimenzijami stojnice.....	IV
Slika 7: Katalog	V
Slika 8: Vabilo na delavnice.....	VI
Slika 9: Načrt stojnice	VII

KAZALO TABEL

Tabela 1: Seznam sodelujočih dijakov na mednarodnem festivalu.....	II
Tabela 2: finančni načrt	III

UVOD

Ali ste vedeli, da je v Lipici galerija Avgusta Černigoja? Ali sploh veste, kdo je Avgust Černigoj? Nič zato, saj vam ga bomo mi podrobneje predstavili skozi njegova dela, ki so zaznamovala kraško umetnost. Smo mnenja, da je premalo znan in bi radi njegovo prepoznavnost povečali.

PREDSTAVITEV IZBRANE TEME

Teme oblikovanja turističnega spominka kraja smo se lotili tako da smo najprej poiskali znamenitost, ki še ni dovolj promovirana. Izbrali smo kraškega umetnika Avgusta Černigoja, saj se nam zdi, da je utonil v pozabo. Povezali smo se z njegovo galerijo v Lipici, s katero smo sodelovali pri oblikovanju in snovanju naših proizvodov. Oblikovali smo zanimiv turistični proizvod Sobo pobega v Černigojevi galeriji, z namenom, da bi Černigojevim delom povečali prepoznavnost. S povečanjem prepoznavnosti bi naraščalo tudi zanimanje za spominke z njegovimi motivi. Naša projektna naloga je sestavljena iz več delov. Na začetku raziskave smo opredelili metode raziskave in vire, ki bodo v nalogi uporabljeni. V raziskovalnem delu smo izvedli primarno in sekundarno raziskavo ter tako pridobljene rezultate uporabili pri oblikovanju našega proizvoda. Nato smo predstavili sobo pobega kot turistični proizvod kateremu bi dodali merchandising (linijo spominkov) z motivi Avgusta Černigoja pod blagovno znamko KrasArt2Go.

Slika 1: Letak



Vir: splet

UPORABLJENE METODE PRI RAZISKAVI

Izvedli smo primarno in sekundarno raziskavo. Za primarno raziskavo smo si ogledali razstavo v Kosovelovi knjižnici v Sežani in Černigojevo galerijo v Lipici. Imeli smo tudi sestanek z vodjo marketinga in skrbnico Černigojeve galerije. Poleg tega smo izdelali tudi sekundarno raziskavo, v kateri smo si prebrali knjigo o Avgustu Černigoju in pridobivali podatke iz interneta, prospektov in dokumentarnih filmov. Ogledali so si nabor spominkov svetovno znanih umetnikov (Picasso, Miro, Dali, Klimt...)

OPREDELITEV V RAZISKAVI UPORABLJENIH PODATKOV

Poiskali smo veliko različnih informacij in virov, ki so nam bili v pomoč pri pisanju raziskovalno - projektne naloge Kraški skriti zaklad. Za začetek smo izbrali podatke o galeriji Avgusta Černigoja in njeni turistični ponudbi, saj je na nas naredila velik vtip. Eden naših ciljev je bil informiranje o umetnosti, njegovem življenju, ustvarjanju ter promovirjanju galerije. Naš cilj je na enostaven način popeljati ljudi skozi Černigojevo bogato umetnostno zapiščino.

Viri podatkov, ki smo jih uporabili pri raziskavi in pisanju projektne naloge, so predvsem:

- **PROSPEKTI:** naši prvi viri informacij so bili prospekti, saj smo se že na začetku odpravili v Lipico, kjer so nam v galeriji posredovali različne brošure, vizitke, letake, ki predstavljajo Avgusta Černigoja in njegovo umetniško življenje.
- **SPLET:** na internetu smo poiskali splošne informacije o umetniku ter dostopali do digitalne galerije njegovih del.
- **DOKUMENTARNA ODDAJA:** Konstruktivizem Avgusta Černigoja
- **STROKOVNA LITERATURA:** s pomočjo knjige z naslovom Avgust Černigoj smo iskali različna avtorjeva dela, ki so nam bila v pomoč pri izdelavi Sobe pobega ter pri izboru spominkov.
- **USTNI VIRI:** pod ustne vire smo uvrstili vire, pridobljene z dopisovanjem, telefonskimi klici in pogovori, ki smo jih izvajali skozi celotno raziskavo.

RAZISKOVALNI DEL NALOGE

Cilj naše raziskave je bil predstaviti Avgusta Černigoja, kot slovenskega umetnika in popestriti turistično ponudbo Lipice in celotnega Krasa. Naša raziskava je bila zastavljena zelo obsežno. Za začetek smo preučili vse obstoječe podatke o Avgustu Černigoju. Ta del raziskave je potekal na šoli. Bolj kot smo se poglabljali v informacije, več smo izvedeli in s tem pridobivali nove ideje. Veliko podatkov smo analizirali tako, da smo iz vseh dokumentov črpali najpomembnejše. Naloge smo si razdelili tako, da je moral vsak nekaj proučiti, izvedeti kaj novega in napisati analizo.

Pomemben del naše raziskave je bil poglobljen intervju z vodjo marketinga ter vodjo galerije v Lipici. Osebni stik je najučinkovitejši način komunikacije raziskovalca z intervjuvancem. Spraševalec z zastavljanjem vprašanj pridobi ogromno koristnih informacij.

Galerijo v Lipici smo obiskali šestkrat. Na vprašanja pri prvem obisku nam je odgovarjala Barbara Božičnik, ki vodi galerijo in jo zato zelo dobro pozna. Sledil je ogled galerije, kjer smo si ogledali Černigojeva dela ter izvedeli marsikaj novega o njegovem ustvarjanju in življenju. Na šoli sta nas obiskali gospe Nika Rakonjac ter Barbara Božičnik, kjer smo se dogovorili o nadalnjem delu z galerijo in skupnimi delavnicami. Dogovarjali smo se tudi preko telefonskih klicev ter elektronske pošte. Na enem izmed obiskov smo se preizkušali v aktivnosti Sobe pobega, nato smo si ogledali snemalno okolje in na zadnjem obisku posneli videospot.

Obe sogovornici sta bili nad našo idejo navdušeni. Prvo in najpomembnejše vprašanje, ki smo ga jim zastavili so bile avtorske pravice. Zanimalo nas je, kdo ima avtorske pravice nad njegovimi deli. Povedali so nam, da je umetnik vse umetnine zapustil Kobilarni Lipica in da mi lahko z njihovim dovoljenjem vse uporabimo v naši nalogi. Omogočili so nam tudi dostop do celotne digitalne galerije.

OBLIKOVANJE TURISTIČNEGA PROIZVODA

Turistični proizvod je s turističnega vidika celotno doživetje trenutka, ko zapusti kraj stalnega prebivališča, do trenutka, ko se vrne vanj.

Naš proizvod bi zajemal:

- Ogled Galerije Avgusta Černigoja in aktivnost sobe pobega Kraški skriti zaklad
- Delavnice za obiskovalce z “analognim Photoshopom” (rezanjem in lepljenjem kolažev po vzoru Černigojevih del)
- Obisk prodajalne s spominki in nakup izdelkov KrasArt2Go

Slika 2: Černigojeva dela



Vir: splet

NAČRTOVANA PROGRAMSKA STRUKTURA

Za izvedbo programa bomo potrebovali:

- Galerijo Avgusta Černigoja v Lipici, skupaj z njegovimi deli;
- Predstavnice galerije;
- ostale promocijske materiale.

Ob ogledu galerije in obisku trgovine s spominki smo zaznali, da ni nobenega spominka na temo Avgusta Černigoja. Zato smo se odločili, da stvar vzamemo v svoje roke. Naš spekter izdelkov je bogat in izdelan v skladu z željami predstavnikov Kobilarne Lipica:

- torbe,
- majice,
- obeski za ključe,
- nakit,
- ovitki za telefon,
- sestavljanke,
- plakati različnih formatov,
- skodelice

Ob vsaki predstavivti naše ideje smo naleteli na dober odziv. Vsi sogovorniki so bili mnenja, da je naša zamisel glede na obstoječo ponudbo dobra, saj bomo s tem popestrili in dodatno razširili spominke, ki jih Lipica že ponuja. Vsak obiskovalec bi imel spomin na galerijo in njen obisk.

SOBA POBEGA: KRAŠKI SKRITI ZAKLAD

Ideja o sobi pobega v galeriji je produkt naše zamisli in dogodka v galeriji, kjer so obiskovalcem postavili vprašanje povezano s slikarjevim delom. Vprašanja, rebuse in uganke smo si zamislili tako, da smo dodata proučili umetnine, imena del, številke in simbole na različnih slikah in obiskovalcem pripravili pravo pustolovščino. Naša ideja je zabavna, poučna, sprostitvena za vse obiskovalce, od otrok do najstarejših. Černigojeva dela niso tako znana, kot bi si zaslužila, zato menimo, da bomo brez večjih težav privabili veliko število obiskovalcev, ki si želijo izvedeti še več o njem. Glede na to, da Lipico obiskujejo predvsem otroci iz osnovnih šol ter upokojenci bo velik poudarek na teh dveh generacijah.

Produkt Kraški skriti zaklad je zasnovan za 2 do 5 oseb, na željo obiskovalca pa ga lahko prilagodimo tudi posamezniku. Posamezne postaje pri sobi pobega je mogoče obiskati tudi samostojno, vendar pa je priporočljivo, da se zbere več obiskovalcev, ker bo tako iskanje šifer lažje. Cena paketa je 70,00€ na skupino.

Paket si lahko rezervirajo preko elektronske pošte krastogo@gmail.com. S tem, ko obiskovalec plača paket, ima zagotovljen obisk sobe pobega Kraški skriti zaklad v Lipici in delavnice na temo Avgusta Černigoja.

Slika 3: Snemanje predstavitvenega videa



Vir: lasten vir

PRODAJA SPOMINKOV: BLAGOVNA ZNAMKA KRASART2GO

Izdelavo naročenih spominov smo se lotili tako, da smo pregledali vsa Černigojeva dela v digitalni galeriji in izbrali motive, ki so se nam zdeli najprimernejši. Motive smo nato predstavili na različnih izdelkih (nakit, torbice, majice, skodelice, sestavljanke...). Pri oblikovanju s programom Photoshop nam je pomagala dijakinja programa aranžerski tehnik Tina Perenič, za izdelavo torb, majic in obeskov je poskrbela gospa Anja Godnič.

Slika 4: Primeri spominkov



Vir: Tina Perenič

TRŽNI CILJI IN ZASNOVA PROJEKTA

Na podlagi razpisa državnega tekmovanja Več znanja za več turizma smo začeli razmišljati o primerenem turističnem proizvodu v naši okolici. Tako smo dobili idejo o promociji galerije Avgusta Černigoja, saj je premalo poznan. Turistični proizvod je zamišljen kot enodnevni dogodek, ki obsega spoznavanje Avgusta Černigoja skozi ogled galerije, aktivnost sobe pobega in naše delavnice. Komplementarni del je sprehod po prodajalni spominkov z merchandising izdelki blagovne znamke KrasArt2Go.

Želimo si, da bi naš turistični proizvod Kraški skriti zaklad postal aktualen in bo zanj izvedelo čim več ljudi. S ciljno usmerjenim oglaševanjem in promocijo bo za Černigoja in njegova dela tako izvedelo mnogo turistov, posledično pa bomo s tem pomagali galeriji v Lipici pri povečanju ogleda umetnikove galerije. Sami predvsem pričakujemo, da bo projekt uspel in bil primeren za vse generacije. Dogodek je lahko idealna priložnost za izvedbo kulturnega dne za osnovnošolce.

Menimo, da bi se pri organizaciji kulturnega dne lahko povezali s Kosovelovo sobo v Sežani in ponudili vpogled v slovenski konstruktivizem ali se povezali z drugimi ponudniki na Krasu in oblikovali daljše proizvode (npr. vikend pakete, dvodnevne izlete). Ker je blagovna znamka KrasArt2Go zastavljena širše, bi lahko v bodoče promovirali tudi druge kraške umetnike (Lojze Spacal., Max Fabiani, Janko Kastelic, Simon Kastelic...) in prodajo razširiti po celi Sloveniji (bencinski servisi, Turistično informacijski centri).

Slika 5: Logotip naše blagovne znamke



Vir: Tina Perenič

KOMUNICKACIJSKI SPLET

Za zadovoljitev potreb obiskovalcev smo natančno načrtovali vse sestavine komunikacijskega spletja Vsako orodje predstavlja izhodišče za načrtovanje trženjske strategije, olajša izvedbo operativnega načrta trženja in prispeva h konkurenčnosti, unikatnosti in drugačnosti turističnega proizvoda.

Za oglaševanje svojega naloga bomo poskrbeli:

- z video predstavljivijo sobe pobega Kraški skriti zaklad (pri izdelavi videa nam je pomagal študent fotografije ter bivši aranžer Jakob Gustinčič na ŠC Srečka Kosovela Sežana),
- promocijo naše blagovne znamke KrasArt2Go (pri izdelavi logotipa nam je pomagala dijakinja aranžerskega tehnika Tina Perenič),
- animacijo za delavnice analognega photoshopa (uporabili smo animacijo bivše študentke fotografije na ŠC Sežana Nike Furlani z njenim dovoljenjem),
- Facebook stranjo projekta (izdelala jo je naša skupina).

Za pospeševanje prodaje bomo poskrbeli s:

- katalogom izdelkov (oblikoval Blaž Semolič),
- plakatom: Vabilo na delavnice (oblikovala Tjaša Mahnič)
- izgledom stojnice na tržnici (tržnico je narisala Valentina Frank, sodelovali smo vsi člani skupine).

Za stike z javnostmi je skrbela Tjaša Pegan, ki je vodila komunikacijo s Kobilarno Lipica, Galerijo Avgusta Černigoja, snemalcem in montažerjem Jakobom Gustinčičem ter oblikovalkama Tino Perenič in Anjo Godnič. Tjaša bo imela glavno vlogo tudi pri predstavitvi na turistični tržnici, saj bo javnosti predstavila našo nalogu.

Za osebno prodajo bomo poskrbeli vsi člani ekipe na tekmovanju Več znanja za več turizma. Oblečeni bomo v majice, ki smo jih dali izdelati.

FINANČNI NAČRT

Raziskali smo, koliko bi obiskovalca stala vodena izvedba našega turističnega proizvoda Sobe pobega. Raziskali smo tudi cene podobnih aktivnosti, kupno moč različnih ciljnih skupin in stroške organizacije celotnega projekta. Ravno tako pa bomo za naš produkt ponudili spekter cen glede na ciljne skupine, zato smo določili ponudbe:

- voden ogled po galeriji
- igra Soba pobega,
- Analogni Photoshop delavnice,

ZAKLJUČEK

Skozi izdelavo projektne naloge smo ugotovili, da je Avgust Černigoj res izjemen umetnik in njegova dela niso toliko cenjena, kot si zaslužijo.

Skozi raziskovanje smo spoznali, da ima Lipica kot destinacija veliko potenciala za razvoj v smeri kulturnega turizma. Ravno na tem področju vidimo tržno nišo, saj smo mnenja, da bodo turisti v pomanjkanju prostega časa vedno bolj povpraševali po umetnosti, ki ponuja doživetje bogastva kulture in dediščine, ki nam jo je zapustil Černigoj.

Vse bolj nam namreč postaja jasno, da smo z idejo navdušili deležnike in da bo galerija Avgusta Černigoja na novo zaživila in pridobila vse več obiskovalcev. Upamo, da bodo njegova dela navdihnila mnoge obiskovalce. Spodbujajo nas, da proizvod resnično izvedemo. Veseli nas, da smo uspeli povezati Lipico in Šolski center Srečka Kosovela v Sežani. Ideja o Sobi pobega postaja resničnost in galerija svojo identiteto, Lipica pa pridobila nabor spominkov, ki jih resnično primanjkuje.

VIRI IN LITERATURA

- <https://www.kamra.si/novice/item/24-avgusta-1898-se-je-rodil-avgust-cernigoj-slikar-in-grafik.html>
- Krečič, P. (1980). *Avgust Černigoj*. Trst: Založništvo tržaškega tiska
- Kljun, A., Šuštar, B., Čuk, J., & Subič, N. (2015). *Dan Brkonje Čeljustnika*. Sežana: Šolski center Srečka Kosovela Sežana
- Žerjal, T., Vrh, T., Vidojevič, T., Prađeno, S., & Prađeno, P. (2006). *Lipicanec je tudi naš*. Sežana: Šolski center Srečka Kosovela Sežana

PRILOGE

Priloga 1: Seznam sodelujočih dijakov na mednarodnem festivalu

Priloga 2: Finančni načrt

Priloga 3: Skice z dimenzijami stojnice

Priloga 4: Katalog

Priloga 5: Vabilo na delavnice

Priloga 6: Predstavitev na stojnici

PRILOGA 1: Seznam sodelujočih dijakov na mednarodnem festivalu

Tabela 1: Seznam sodelujočih dijakov na mednarodnem festivalu

Naziv šole	Ime in priimek dijaka	Razred/letnik	Kraj stalnega bivališča	Letnica rojstva
Šolski center Srečka Kosovela Sežana	Valentina Frank	4.	Tublje pri Hrpeljah	2000
Šolski center Srečka Kosovela Sežana	Blaž Semolič	4.	Ivanji Grad	2000
Šolski center Srečka Kosovela Sežana	Tjaša Pegan	4.	Sežana	2000
Šolski center Srečka Kosovela Sežana	Tjaša Mahnič	4.	Vrabče	2000
Šolski center Srečka Kosovela Sežana	Tina Perenič	4.	Prestranek	2000
Šolski center Srečka Kosovela Sežana	Sara Božeglav	4.	Povir	2000
Šolski center Srečka Kosovela Sežana	Nejc Gajšak	4.	Tatre	2000

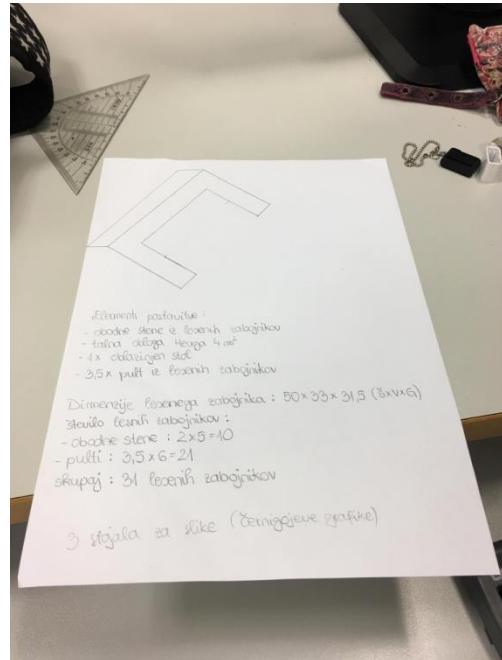
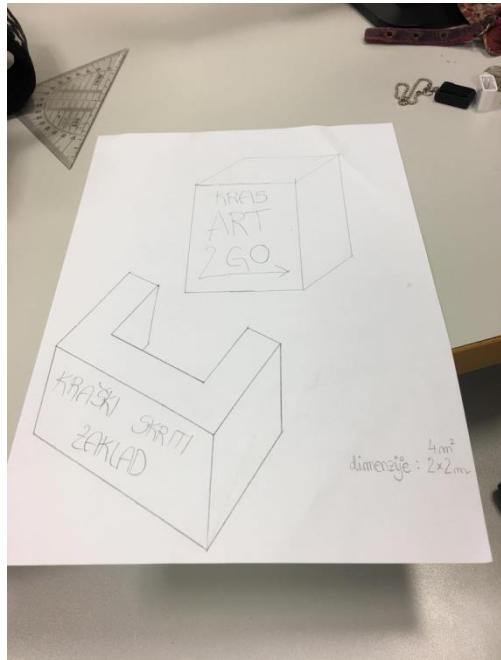
PRILOGA 2: Finančni načrt

Tabela 2: finančni načrt

Izdelek	Cena	Količina
ovitek za telefon	15,00€	4
majica	10,00€	8
skodelica	3,50€	3
nahrbtnik	15,00€	3
torba	10,00€	2
ženska majica	13,00€	1
majica s kapuco	15,00€	1
verižica	5,00€	3
uhani	4,00€	3
soba pobega	70,00€	do 5 oseb

PRILOGA 3: Skice z dimenzijami stojnice

Slika 6: Skice z dimenzijami stojnice



Vir: Valentina Frank

PRILOGA 4: Katalog

Slika 7: Katalog



Majica kratka bela



14,99€



Majica kratka črna

14,99€



Hoodie črn

19,99€



Ogrlica

12,99€



Skodelica

3,50€



Sestavljanka

7,99€



Vrečka rumena

8,99€



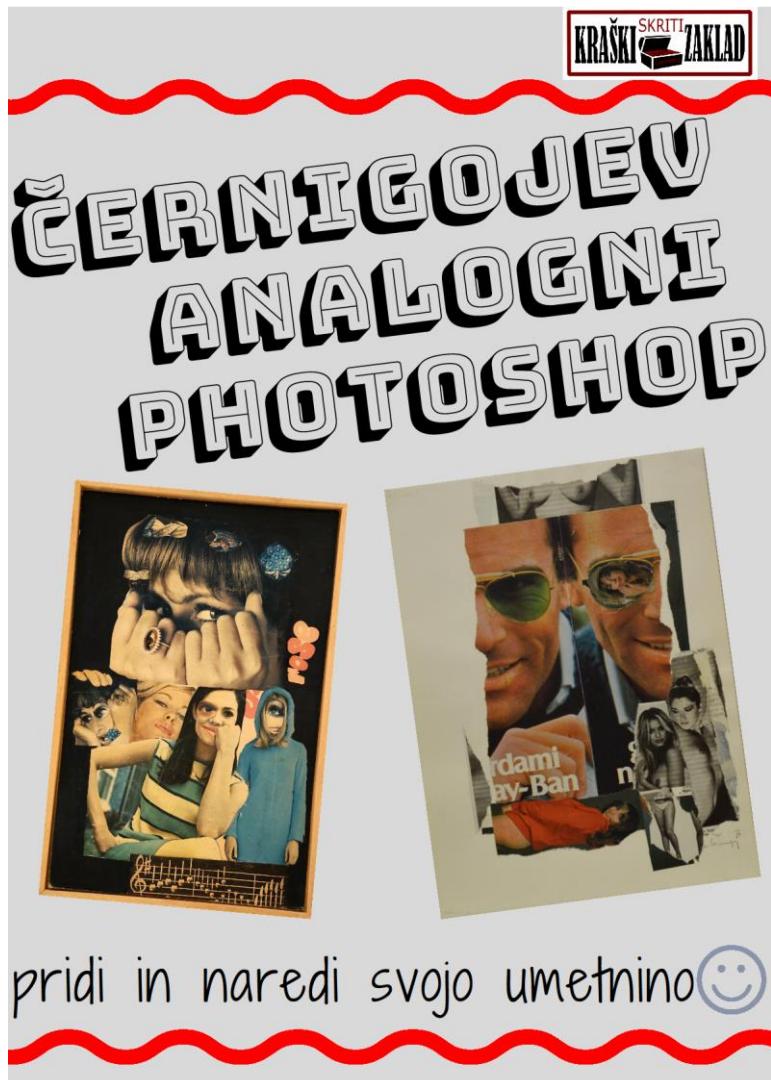
Uhani

3,99€

Vir: Blaž Semolič

PRILOGA 5: Vabilo na delavnice

Slika 8: Vabilo na delavnice



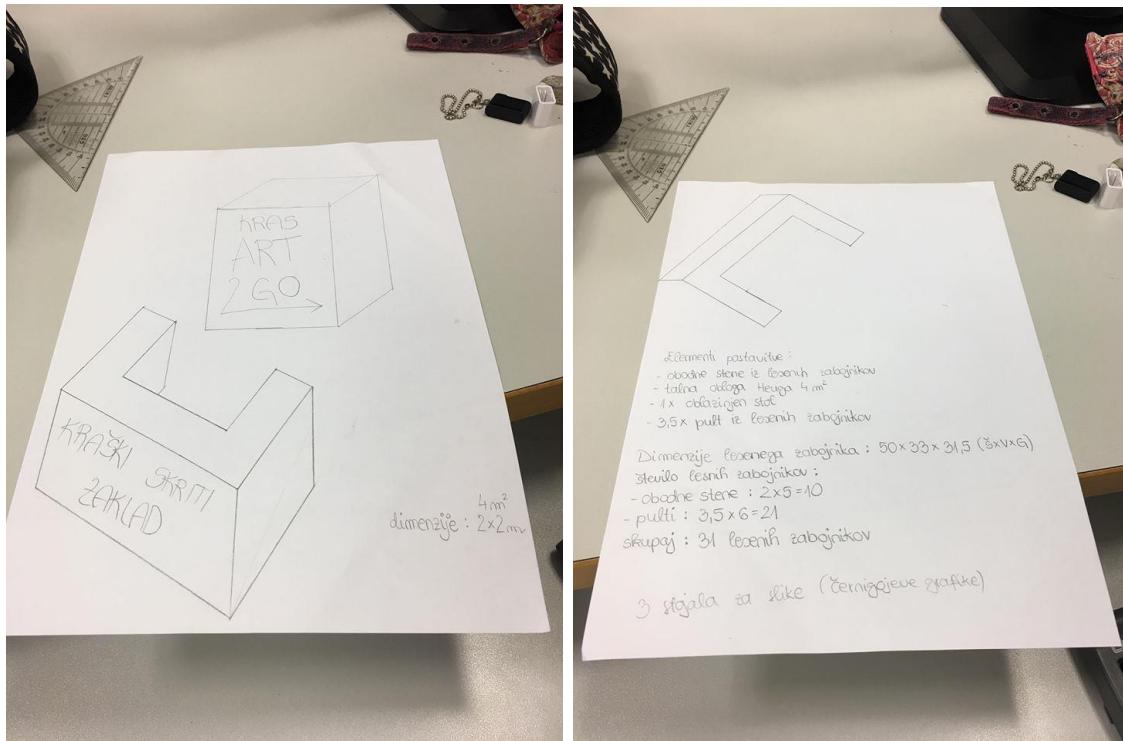
Vir: Tjaša Mahnič

Priloga 6

PRILOGA 6: Predstavitev na stojnici

Na stojnici bomo uporabili celostno podobo, ki je nastajala pri oblikovanju turističnega proizvoda. Na pultu bo napisan naslov naloge Kraški skriti zaklad, v ozadju pa bo predstavljena blagovna znamka turističnih spominkov KrasArt2GO. Posamezne primere spominkov bomo predstavili na stojnici, imeli bomo lutko, ki bo oblečena v majico, z nakitom okoli vrata, na hrbtnu pa bo nosila nahrbtnik oziroma torbo. Na pultu bodo razstavljeni ostali spominki in dela Avgusta Černigoja.

Slika 9: Načrt stojnice



Vir: Valentina Frank