

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

LIBEREC 2007

PETRA MANSFELDOVÁ

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ



Studijní program: B3107 Textil
Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

PROFESNÍ UNIFORMY – MARKETINGOVÝ PRŮZKUM
PROFESSIONAL UNIFORMS – MARKETING RESEARCH

Petra Mansfeldová

KHT-540

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Ludmila Fridrichová, Ph.D.

Rozsah práce:

Počet stran textu... 46

Počet obrázků..... 27, z toho 13 grafů

Počet příloh..... 3

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v Univerzitní knihovně TUL.

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že TUL má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědoma toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem TUL, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených univerzitou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše).

V Liberci dne

.....
Podpis

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji touto cestou vedoucí bakalářské práce Ing. Ludmile Fridrichové, Ph.D. za její cenné rady a ochotu při vedení této bakalářské práce. Dále mé poděkování patří všem respondentům za ochotu při vyplňování dotazníků. V neposlední řadě chci poděkovat celé mé rodině za všestrannou podporu při mém studiu na vysoké škole a při tvorbě bakalářské práce.

ANOTACE

Bakalářská práce je rozdělena do dvou hlavních částí. Úkolem první části práce bylo zpracování rešerše zaměřené na profesní uniformy. Dalším bodem bylo zmapování českého trhu s výrobcí profesních uniforem. V pokračování teoretické části se práce zabývá historickou a současnou podobou policejních uniforem a komfortem oděvů. Základem zpracování bylo vyhledání dostupné odborné literatury.

Druhá část práce obsahuje marketingový výzkum zaměřený na komfort nošení policejních uniforem. Cílem tohoto výzkumu bylo zmapování spokojenosti a požadavků dotazovaných osob v oblasti komfortu.

KLÍČOVÁ SLOVA:

Uniforma, užitná vlastnost, komfort oděvů, marketingový výzkum, dotazník.

ANNOTATION

The bachelor thesis is divided into two main sections. The task of the first section was exploration of facts regarding professional uniforms. The next point was surveying the czech market of professional uniform manufactures. The theoretical part of the bachelor thesis also considers historical and present-day fashion of police uniforms and comfort of garments. The elaboration was based on searching available technical literature.

The second section contains marketing research aimed at comfort of wearing police uniforms. The main objective of this research was surveying of satisfaction and requirements of questioned people concerning comfort.

KEY WORDS:

Uniform, utility quality, comfort of garments, marketing research, questionnaire.

Obsah

Úvod	8
1 Uniforma a její účel	9
1.1 Druhy profesních uniforem.....	10
1.1.1 Vojenské uniformy	10
1.1.2 Uniformy zaměstnanců Českých drah	10
1.1.3 Uniformy Hradní stráže	11
1.1.4 Hasičské uniformy	11
1.1.5 Uniformy civilního letectva	11
1.2 Užité vlastnosti profesních uniforem.....	12
1.2.1 Rozměrová stabilita – stálost tvaru.....	12
1.2.2 Pevnost v tahu.....	12
1.2.3 Prodyšnost.....	13
1.2.4 Propustnost vodních par.....	13
1.2.5 Stálobarevnost.....	13
1.3 Přehled výrobců uniforem a profesních oděvů v ČR.....	14
2 Policejní uniformy.....	17
2.1 Historický vývoj policejních uniforem	17
2.2 Současné policejní uniformy	20
2.3 Základní členění policejních uniforem	21
2.3.1 Služební stejnokroj v letním období	21
2.3.2 Služební stejnokroj v zimním období	22
2.3.3 Služebně-pracovní stejnokroj v letním i zimním období.....	22
2.4 Materiálové složení jednotlivých částí stejnokroje.....	23
3 Komfort oděvů	25
3.1 Psychologický komfort oděvů	26
3.2 Sensorický komfort oděvů	27
3.3 Termofyziologický komfort oděvů	27
3.4 Patofyziologický komfort oděvů	28
4 Marketingový výzkum.....	29
4.1 Marketingový výzkum a jeho úloha	29
4.2 Konkretizace výzkumu	30
4.3 Metody a techniky sběru dat pro účely marketingového výzkumu	31
4.3.1 Získávání dat dotazováním	32
4.4 Dotazník jako nástroj získávání informací	33
4.4.1 Struktura a logická stavba dotazníku	33
4.5 Výběr vzorku respondentů.....	34
4.6 Zpracování a analýza dat	34
Závěr	44
Seznam literatury.....	45
Seznam příloh.....	46

Úvod

Jak je bakalářská práce uspořádána

Cílem této práce je přehledně čtenáře informovat o uniformě a jejím účelu. Práce je zaměřena i na specifikaci užitečných vlastností uniformy. Tyto poznatky jsou obsahem první kapitoly.

V další kapitole se práce orientuje na konkrétní stejnokroje příslušníků Policie České republiky. Zachycuje historický vývoj podob uniform od roku 1918 až po jejich současnou podobu.

Hlavním cílem práce je vlastní marketingový výzkum, jehož úkolem je zmapování pocitů oděvního komfortu nositelů policejních služebních stejnokrojů. Výsledky marketingového výzkumu prezentují míru spokojenosti nositelů s jejich profesním oděvem a konkretizují pocity případného diskomfortu.

Mnoho času bylo věnováno zpracování příslušných formulářů pro účely výzkumu. Detailní otázky byly konzultovány s vedoucí bakalářské práce Ing. Ludmilou Fridrichovou, Ph.D. Distribuce dotazníků byla provedena osobně, přesto bylo využito pomoci řady známých, kteří aktivním přístupem pomohli při předávání dotazníků. Předávání formulářů nebylo pouze formální záležitostí, vždy byl kladen důraz na informování, co je obsahem dotazníku, aby bylo možné předejít případným nedorozuměním.

Komu je práce určena

Především by mohla tato práce oslovit příslušníky Policie České republiky, neboť prezentuje výsledky marketingového průzkumu.

Dále podá i přehledné informace nezajímavým čtenářům a přiblíží jim důležitost ohledně profesních uniform. V neposlední řadě práce může být využita i dalšími studenty Technické univerzity v Liberci při psaní jejich bakalářské či diplomové práce.

1 Uniforma a její účel

Uniforma – šat stanoveného materiálu, střihu a barvy, který označuje příslušnost k určitému povolání nebo organizaci. [1]

Dějiny uniforem patří neodmyslitelně k dějinám odívání. Stejnokroj byl vždy odznakem dvorních, soudních a politických úředníků i státních zaměstnanců, šlechta oblékala do uniforem svůj personál, stejnokroj nosili příslušníci policie, celní stráž, hasičských sborů, různých spolků a cechů, největší vážnosti se ovšem těšily uniformy vojenské. Vojenská uniforma měla svým upnutím narovnávat tělo a dodávat jejímu nositeli i jeho okolí dojem síly a sebevědomí.

Uniforma vzbuzovala u veřejnosti respekt a dodávala svému nositeli vážnost a důstojnost, ale také pocit sounáležitosti s uniformovaným sborem. Protože umožňovala rozlišovat vzájemnou podřízenost jeho příslušníků, byla i významným prostředkem k udržování disciplíny. I když účelem uniformování je zdůraznit „korporativního ducha“ organizace na úkor jednotlivce, snaží se mnozí prosadit či uchovat si úpravami stejnokroje svou individualitu.

Stejnokroje v průběhu doby podléhají módním vlivům, nikdy ovšem v té míře jako civilní ošacení. Na jejich vývoj působí vedle tradice i vlivy společenské a politické. Například ve státech militaristického či totalitního ražení je určitou tendencí uniformovat co nejvíce druhů zaměstnání, přičemž střih stejnokrojů, jejich výzdoba a označení hodností, platových kategorií či funkcí sledují armádní vzory, zatímco ve státech demokratičtějšího rázu je snaha volit civilnější podobu stejnokrojů, pokud možno odlišnou od uniforem vojenských či policejních. Vzhled a úprava stejnokrojů mají navíc respektovat také pracovní podmínky, pro něž jsou určeny. Uniformování je pro výkon služby v každém směru nezbytně potřebné, aby je mohla veřejnost zřetelně rozpoznat.

Uniforma má také stmelovat stejně oblečené společenství a činit z jeho příslušníků nositele jednotné myšlenky. Stejnokroj proto nenosí jen vojáci a příslušníci bezpečnostních útvarů. Své uniformy má i řada jiných povolání jako železničáři, hasiči, poštovní úředníci, celníci a další, u nichž se při výkonu služby vyžaduje určitá kázeň, pořádek a odlišení od ostatních osob. [2]

1.1 Druhy profesních uniforem

Charakter stejnokroje mají profesní oděvy některých povolání:

- armáda
- policie
- hasiči
- pošta
- hradní stráž
- železničáři
- řidiči autobusů
- civilní letectvo
- lesníci
- zdravotníci, záchranáři

1.1.1 Vojenské uniformy

Nejdůležitějším požadavkem kladeným na soudobé uniformy je to, aby stejnokroj poskytoval vojákovi dobré skrytí. Toho se dosahuje díky zvláštním látkám s nepravidelnými skvrnami různých barev – maskování. To narušuje plynulost obrysu vojákovy postavy a umožňuje mu splynout s okolním terénem. Barevné odstíny a tvar nepravidelných skvrn použitých na stejnokroji se však liší, a odráží tak širokou škálu míst, na nichž jednotky soudobých armád operují. Maskování lze rozlišit na džunglové, pouštní a městské. Vojenské stejnokroje, maskáče a armádní bundy dávají mužům pocit síly, dominance a autority. [3]

1.1.2 Uniformy zaměstnanců Českých drah

Stejnokroj zaměstnanců Českých drah se skládá ze saka (pánského nebo dámského), kalhot (pánských nebo dámských, zimních a letních), sukně zimní a lení, bílé nebo světle modré košile (dámské halenky) s dlouhým nebo krátkým rukávem, pulovru bez rukávu nebo s dlouhým rukávem (pouze pro osobní pokladníky), modré (pro výpravčí červené) čepice (brigadýrky), dámské čepice (letušky) a tmavomodré vázanky s logy ČD, v zimním období z dlouhých nebo tříčtvrtečních kabátů a pánských nebo dámských zimních čepic. [2]

1.1.3 Uniformy Hradní stráže

Současná Hradní stráž je vystrojena specifickými stejnokroji z dílny návrháře Theodora Pištěka z roku 1990. Stejnokroje obsahují několik historických znaků (legionářský odznak, legionářské knoflíky, nárameníky s ornamenty lipových listů a typ hodnostního označení) symbolizujících sepětí Hradní stráže s legionáři I. světové války, kteří byly první oficiální ostrahou prvního prezidenta republiky T. G. Masaryka. Vojáci Hradní stráže mají v současné době k služební činnosti tři základní druhy stejnokrojů: služební stejnokroj v letním a zimním provedení, reprezentační (audienční) stejnokroj v letním a zimním provedení a polní stejnokroj. [4]

V současné době je stejnokroj Hradní stráže často diskutovaným tématem. Hradní stráž by měla vyměnit své modré stejnokroje. Probíhá diskuse o přijatelných změnách stejnokrojů, které by respektovaly tradice české armády a vodítkem by byla třicátá léta 20. století. (Viz. příloha č. 2)

1.1.4 Hasičské uniformy

Příslušníkům přísluší služební stejnokroj a hodnost. Druhy stejnokrojů a jejich doplňky se nazývají výstrojnými součástkami. Výstrojnými součástkami jsou: společenský stejnokroj, pracovní stejnokroj, stejnokrojové doplňky, služební opasky a sportovní obuv.

1.1.5 Uniformy civilního letectva

Jedna z našich největších aerolinek po devíti letech změnila uniformy. Ve výběrovém řízení získal zakázku na nové uniformy tradiční český výrobce pánské a dámské kolekce – OP Prostějov. Kapitánská uniforma se vyznačuje tmavě modrou barvou se čtyřmi zlatými pruhy, tzv. “prýmky“ na rukávech. Kromě důrazu na eleganci a zdravotní nezávadnost materiálu se hledělo i na takové aspekty, jako jsou vodoodpudivost, pevnost, nemačkovost, stálost barev a odolnost proti větru. (Viz. příloha č. 3)

1.2 Užité vlastnosti profesních uniforem

Užitná vlastnost je taková vlastnost, která je schopna působit na psychiku spotřebitele a svým způsobem je schopna vyvolat reakci subjektivního hodnocení. Jakákoliv vlastnost se stává užitnou vlastností pouze tehdy, působí-li na psychiku spotřebitele. Pro daný účel použití se ve funkci užitných vlastností projevuje vždy určitý počet vlastností výrobku (např. propustnost vzduchu u dekoračních tkanin).

Z hlediska užitných vlastností se u profesních oděvů (uniforem) hodnotí následující:

- rozměrová stabilita
- pevnost v tahu
- prodyšnost
- propustnost vodních par
- stálobarevnost

1.2.1 Rozměrová stabilita – stálost tvaru

Plošné, ale i prostorové tvarové změny, ke kterým dochází působením vnějších i vnitřních sil. Působení těchto sil ve všech směrech má za následek změnu tvaru textilie. Těmito tvarovými změnami, ke kterým dochází v oděvní textilii, se mění nejen základní parametry, ale i ostatní reprezentační znaky oděvu. Dále k tomu přispívá tělesná teplota a vlhkost. Následkem působení sil může dojít ke sráživosti a mačkavosti.

1.2.2 Pevnost v tahu

Tyto zkoušky jsou dány normou. Podle normy by měly být vzorky vystřiženy z odstříhu plošné textilie tak, aby neměly ani jedinou společnou nit. Vzorky se zkouší ve dvou na sobě kolmých směrech. U tkanin ve směru osnovy a útku a u pletenin ve směru sloupku a řádku. Tkaniny a pleteniny mají rozdílný tvar křivek pevnosti a tažnosti. Tkanina bývá pevnější, má strmější křivku a menší tažnost, kdežto pletenina má nižší pevnost, větší tažnost a křivku má pozvolněji stoupající.

1.2.3 Prodyšnost

Jedná se o případ, kdy prostupuje vzduch přes plošnou textílii, což se děje na principu rozdílných barometrických tlaků po obou stranách textilní vrstvy. Prodyšnost je vlastnost, která ovlivňuje fyziologický komfort textilií. Se vzduchem textilií prostupuje také vlhkost a teplo. Prodyšnost vzduchu je jedna z nepřímých metod, která vyjadřuje pórovitost textílie. Má význam u oděvních textilií hlavně u svrchního ošacení.

1.2.4 Propustnost vodních par

Jedná se o případ, kdy prostupuje vodní pára na základě rozdílných parciálních tlaků, jež jsou po obou stranách plošné textílie. Měření prostupu vlhkosti plošnými textiliemi nedává jednoznačné výsledky. Je to dáno tím, že textílie vlhkost pouze nepropouští, ale dochází také k absorpci vlhkosti dovnitř textílie (kapilárním efektem, navlhavostí vláken). Propustnost jednotlivých částí oděvů pro vodní páru umíme stanovit pomocí přístroje Permetest. [5]

1.2.5 Stálobarevnost

Stálobarevností se označuje schopnost zabarvení odolávat mechanickým, chemickým nebo fyzikálním vlivům okolního prostředí. Projevem nestálosti barvy je buď snížení sytosti barev nebo dokonce změna odstínu. Otěrem rozumíme schopnost textílie udržet na svém povrchu barvu. Otěr barvy se projeví všude tam, kde se textílie tře o další textilní nebo i netextilní části oděvu. Zkouška v otěru je jednou ze zkoušek stálobarevnosti, ke kterým patří ještě stálost vybarvení ve vodě, v praní, v chemickém čištění, v potu, na světle.

Faktory, které ovlivňují stálost barviv na světle jsou:

- vlhkost (vlhkost vzduchu urychluje rozklad)
- vliv vlákna (azobarviva mají na viskóзовých vláknech vyšší stálost barviv než na bavlně)
- vliv velikosti částic barviva
- pH (alkalické prostředí většinou urychluje rozklad)
- matování a členitější povrch [6]

1.3 Přehled výrobců uniforem a profesních oděvů v ČR

Stříhy a barvy uniforem pro jednotlivé pozice musí odpovídat prostředí, ve kterém se uniformy používají a musí být sjednoceny stylem nebo barvou nebo zdobnými prvky. Nápadité pojetí uniformy, kvalitní materiály a zpracování, to vše navozuje pocit profesionality. Uniforma musí také splňovat vysoké nároky na pohodlí pracovníků, kteří v ní tráví dlouhé hodiny při plnění náročných povinností.

Uniforma stmeluje stejně oblečené společenství lidí. Uniformami se vyznačuje celá řada povolání jakými jsou např. hasiči, poštovní úředníci, letectvo apod. Mezi níže uvedené výrobce profesních uniforem byly zahrnuty především uniformy policie, bezpečnostních složek a uniformy hasičů. Na českém trhu se jich nachází hned několik:



PASU Řevnice – výrobce kvalitních uniforem
Pavel Suk
Pod Lipami 1069, 252 30 Řevnice
tel: +420 603 706 613
e-mail: pasu@volny.cz
www.uniformy.cz

PASU Řevnice je rodinná firma, která byla založena již v roce 1989. Tato firma se zaměřuje na výrobu stejnokrojů, uniforem pro bezpečnostní služby, městskou policii, dopravní podniky a hasiče.



Oděvní podnik, a. s.
Za Drahou 4239/2, 797 04 Prostějov
tel: +420 582 311 111
www.op-profashion.cz

OP Prostějov Profashion je jeden z nejvýznamnějších evropských producentů pánské a dámské konfekce. Současnou silnou pozici na trhu si vybudoval díky své módní produkci špičkové kvality. Pro zajímavost OP Prostějov Profashion oblékl naše sportovce pro zimní olympiádu 2006 v Turíně. Firma se též podílela na výrobě uniforem pro aerolinky.



FRANCOUZ, s. r. o.
Chebská 79/23, 322 00 Plzeň-Křimice
tel: +420 377 822 196
e-mail: info@francouz.com
www.francouz.cz

Firma FRANCOUZ s. r. o. zajišťuje výrobu, prodej a kompletní servis v oblasti vystrojování výhradně pracovníků městských policií v České republice. Kolekce profesních uniforem demonstruje jednotnou, univerzální výstroj použitelnou pro všechny složky městských policií. Firma obléká příslušníky městské policie v Brně a Jihlavě a dalších 190 městech v České republice.



KOUTNÝ, s. r. o.
Okružní 4200, 797 04 Prostějov
tel: +420 582 302 711
e-mail: koutny@koutny.cz
www.koutny.cz

Firma vyrábí jak uniformy pracovníkům bezpečnostních složek České republiky, tak profesní konfekci pro zaměstnance státních i soukromých společností. Předepsaná konfekce ústroje strážníků městských a obecních policií tvoří významnou část nabídky pro tuto klientelu. Profesní oblečení tvoří 60% celkového objemu výroby. Mezi hlavní odběratele tedy patří Armáda České republiky, vězeňská služba, městské policie, bezpečnostní agentury, Výzbrojna požární ochrany a. s., Česká správa letišť a mnoho dalších.



Blažek Praha, s. r. o.
Ortenovo nám. 16, 170 00 Praha 7
tel: +420 220 873 102
e-mail: info@blazek.eu
www.blazekpraha.cz

Ladislav Blažek založil firmu v roce 1992, jejíž hlavní aktivitou je výroba a prodej pánské konfekce. V roce 1998 rozšiřuje výrobu a prodej profesního oblečení. V současnosti je společnost dodavatelem profesních oděvů např. pro pracovníky České pošty a policie.



OTAVAN Třeboň, a. s.
Nádražní 641, 379 20 Třeboň
tel: +420 384 751 111
www.otavan.cz

Firma Otavan Třeboň vznikla v roce 1951 vyčleněním několika závodů z tehdy národního podniku Tonak Nový Jičín. Postupnými reorganizacemi vznikl národní a následně státní podnik Otavan Třeboň. V roce 1991 se podnik stal akciovou společností. Firma se specializuje na výrobu pracovních a profesních oděvů a také uniforem. Mezi významné obchodní partnery řadí mimo jiné převážně armádu a policii ČR.



BANNER, s. r. o.
Vaníčková 22, 391 01 Sezimovo Ústí I
tel: +420 381 263 848
e-mail: banner@vol.cz
www.banner-cz.cz

Firma Banner nabízí výrobky z hlavního výrobního programu – oděvy pro pracovníky bezpečnostních služeb, městských policií, ostrah a dalších uniformovaných složek. V současné době dodává jako výrobce nejširší sortiment těchto oděvů mnoha firmám a organizacím po celé ČR. Součástí komplexních služeb je zhotovení nášivek a potisků na dodávané oděvy a stálý skladový sortiment uniformních doplňků.



UAB, s. r. o.
B. Smetany 749, 358 01 Kraslice
tel: +420 352 350 511
e-mail: info@uab.cz
www.uab.cz

Firma Uniform Accessories Bohemia s. r. o. byla založena v roce 1999 v Kraslicích. Firma se zaměřuje na veškeré doplňky textilního rázu pro uniformy. Mezi její výrobky patří vyšívané čepice, znaky, vlajky, pásky, nárameníky, výložky, vojenské šňůry a šerpy.

2 Policejní uniformy

2.1 Historický vývoj policejních uniforem

První četnické uniformy byly rakouské. Od 29.10.1918 vykonávali četníci službu v čapkách s kokardami v národních barvách nebo v přilbách, s odstraněným císařským orlem.

První podstatnější změna pocházela z konce roku 1918. Jednalo se o upravované rakouské uniformy, opatřené novým hodnostním označením ve tvaru horizontálních prýmků na čepicích a vertikálních na límci doplněné písmenem “S“ (stráž). Tou dobou byly úpravy uniforem prováděny armádou.



Obr. 1 Rakouská uniforma r. 1918 dle [8]

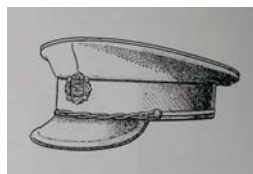


Obr. 2 Rakouská upravená uniforma dle [8]

Další změny četnických uniforem byly pouze odrazem proměn vojenských uniforem. Typová změna uniformy byla provedena v roce 1919. Nové stejnokroje měly šedozelenou barvu, hodnostní označení bylo nyní na rukávech. Nová pokrývka hlavy obsahovala štítek proti slunci a byla nazývána brigadýrkou. Stejnokroj četnictva se lišil od armádního pouze základní barvou a některými drobnějšími doplňky. Ke zhotovení stejnokrojových součástí bylo dovoleno užívat polojemné či jemné sukno.



Obr. 3 Uniformovaná stráž 20. léta dle [7]



Obr. 4 Brigádýrka dle [7]

K markantnějším změnám hodnostního označení docházelo v letech 1925, 1930 a 1937. Na levém rukávu blůzy a pláště v polovině záloktí nosili příslušníci četnictva štítek se specifikací nadřízeného velitelství. V roce 1930 byly rukávové štítky odstraněny a čísla velitelství se nosila na obdélných kovových emblémech po obou stranách límce.



Obr. 5 Vycházková uniforma 30. léta dle [7]

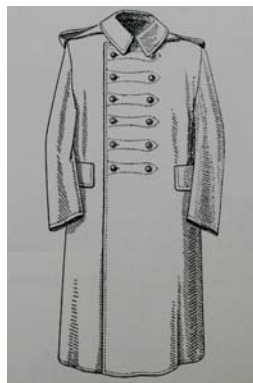


Obr. 6 Policejní čekatel 30. léta dle [7]

Veškerí příslušníci četnictva nosili ve službě i mimo službu rukavice. Rukavice byly šedé barvy, kožené nebo pletené. Speciální uniformy byly určeny pro řidiče motocyklů a automobilů. Ti užívali v letních měsících standardní stejnokroj a v zimních měsících kožený kabát, kožené jezdecké kalhoty, kukly, rukavice a řidičské brýle. [7]



Obr. 7 Motorizovaná hlídka 30. léta dle [7]



Obr. 8 Plášť do deště dle [7]

Výstroj důstojníků a četníků upravoval výstrojný předpis. Uniforma četnictva zaznamenala jen drobné úpravy jako je záměna čs. znaku znakem slovenským. Během roku 1939 bylo zavedeno, obdobně jako v armádě, hodnostní označení na límcích blůzy a pláště. Odznak na brigadýrce kopíroval armádní vzor (zkřížené meče ve věnci) a stejné byly i knoflíky. [8]



Obr. 9 Odznak na brigadýrku dle [8]

2.2 Současné policejní uniformy

Jednotné prvky policejního stejnokroje

§ 11 Jednotné prvky stejnokroje

„(1) Jednotnými prvky stejnokroje strážníka jsou:

- a) kravata černé barvy a bunda, sako anebo plášť černé barvy nebo košile s krátkým rukávem bleděmodré barvy,
- b) nárameníky v barvě bundy, pláště, saka nebo košile s krátkým rukávem, bez jakéhokoliv označení,
- c) pokrývka hlavy černé barvy,
- d) páska na pokrývce hlavy se čtverci v bílé a tmavě modré barvě uspořádanými pravidelně ve více řadách tak, aby se barvy čtverců střídaly šachovnicovým způsobem, umístěná viditelně po celém obvodu pokrývky hlavy s výjimkou kožešinové zimní pokrývky hlavy,
- e) odznak na čelní části pokrývky hlavy ve tvaru kruhu bílé barvy s tmavě modrým mezikružím; v horní části mezikruží je v opisu zlatě ražené slovo "OBECNÍ" nebo "MĚSTSKÁ" a v jeho dolní části slovo "POLICIE".¹

§ 4 Vzory služebních stejnokrojů

„(1) Služební stejnokroje tvoří sestavy součástí služební výstroje určené pro jednotné vystrojení policistů. Vnější vzhled služebních stejnokrojů je charakterizován barvou a střihem stejnokrojů, vnějším označením a odznaky policie a hodnostním označením policistů.

(2) Služební stejnokroje se podle účelu použití vyskytují v různých druzích a různých sestavách součástí služební výstroje.²

¹ § 11 Vyhl. MV č. 88/96 Sb., o obecní policii

² § 4 Vyhl. MV č. 58/2002 Sb., o vnějším označení policie a prokazování příslušnosti k policii

2.3 Základní členění policejních uniforem

2.3.1 Služební stejnokroj v letním období

Tento stejnokroj tvoří sako černé barvy a šedomodré kalhoty, u žen šedomodrá sukně. Stejnokroj je doplněn světle modrou košilí s krátkým nebo dlouhým rukávem a kravatou černé barvy. Pokrývku hlavy tvoří čepice černé barvy a odznakem na přední části. Na nohou jsou černé letní polobotky.



Obr. 10 Hlídkový stejnokroj strážníka Městské policie [9]



Obr. 11 Služební stejnokroj 92 v letním období dle [9]

2.3.2 Služební stejnokroj v zimním období

Tento stejnokroj tvoří bunda nebo kabát černé barvy a teplé zimní kalhoty šedomodré barvy. Stejnokroj je doplněn světle modrou košilí s dlouhým rukávem popřípadě svetrem černé barvy a označením. Pokrývku hlavy tvoří služební čepice nebo kulich černé barvy. Součástí stejnokroje je šála, kožené rukavice a opasek.



Obr. 12 Služební stejnokroj 92 v zimním oblečení dle [9]

2.3.3 Služebně-pracovní stejnokroj v letním i zimním období

Tento stejnokroj tvoří dvoudílný komplet nebo kombinéza černé barvy se žlutým nebo bílým nápisem "POLICIE". Stejnokroj je doplněn světle modrou košilí s krátkým nebo dlouhým rukávem popřípadě trikem s krátkým rukávem černé barvy s označením. Pokrývku hlavy tvoří baret nebo baseballová čepice černé barvy opatřené znakem. Další součástí uniformy je reflexní vesta zelené barvy.



Obr. 13 Služebně-pracovní stejnokroj 92 dle [9]

2.4 Materiálové složení jednotlivých částí stejnokroje

Pro výrobu policejních stejnokrojů se používají kvalitní materiály, které zajišťují výrobkům stálobarevnost, maximální odolnost proti mechanickému namáhání a jednoduchou údržbu. Používané materiály jsou charakteristické svou měkkostí, příjemným omakem a nemačkavostí. Většina materiálů má vodoodpudivou úpravu, což výrazně zvyšuje užité vlastnosti oděvů, z těchto materiálů vyrobených. Stejnokroj by měl poskytovat uživatelům maximální komfort a pohodlí.

Části policejního stejnokroje

- **Sako** - jednořadové sako se zapínáním na 3 knoflíky, dvě spodní kapsy s patkami, vnitřní náprsní kapsa. Materiál: 100% polyester.
- **Bunda** - typ bundy do pasu, zateplená s odepínací polyesterovou podšívkou. Horní a dvě spodní nakládané kapsy, rukávy a spodní okraj do gumy, nárameníky, zapínání bundy na zip, zadní díl rozšířen, boční rozparky-vsah pro zbraň. Tepelná vložka vyrobena z polyesterové tkaniny.
- **Svetr** - svetr ke krku s látkovými výztuhami na ramenou a loktech. Materiál: 70% polyacryl 30 % bavlna.
- **Kombinéza** - kombinéza v pase stažena do gumy, zadní díl je rozšířen, zapínání na zip se dvěma jezci, dolní okraj nohavic do gumy, stahování rukávů do gumy. Materiál: 65% polyester 35 % bavlna.
- **Košile** - popelínová košile s nemačkavou úpravou, krátký nebo dlouhý rukáv, 2 skládané náprsní kapsy se zapínáním na knoflík, vyztužený límec, knoflíky v barvě košile, nárameníky, přední díl rozdělen sedlem. Materiál: 60% bavlna 40% polyester.
- **Polokošile** - bavlněná polokošile s krátkým rukávem, zapínání na 3 knoflíky. Materiál: 100% bavlna.
- **Triko** - kvalitní úplet, u krku s nápletem, krátké rukávy, potisk na zádech a malý nápis vpředu. Materiál: 100% bavlna.
- **Společenské kalhoty** - pohodlný střih, 2 boční kapsy, zadní kapsa na knoflík, poutka na opasek, na bocích všita v pásku široká stahovací guma, nemačkavý materiál. Do zimních kalhot je všita předepraná a vysrážená flanelová podšívka. Materiál: 100% polyester.

- **Pracovní kalhoty** - 2 kapsy všité v pase, 2 kapsy na boku nohavic a zadní kapsa zapínané na suché zipy, našité výztuhy na sedu, odepínací poutka na opasek, stahování pásky v pase pro úpravu obvodu pasu.
- **Ponožky** - bavlněné ponožky s vetkávaným vzorem. Materiál: 100% bavlna.
- **Boty do terénu** - lehká obuv do terénu, kombinace materiálů: kůže - přední část boty, část přes kotníky, spodní část nad podrážkou, lemování okraje pod šněrovadly, pevná textilie (polyamid) - boční části boty, guma - pokrytí špičky boty pevná gumová podrážka.
- **Polobotky** - celokožené boty se zvýšenou podrážkou, vhodné pro celodenní nošení.
- **Opasek** - na vnitřní straně našity mechanické části suchého zipu – ochrana proti posouvání opasku a pouzder na opasku, pevná přezka-trojzubec se zajišťováním. Materiál: 100% polyamid. Dále opasek kožený s kovovou přezkou.
- **Rukavice** - vycházkové a pracovní. Materiál: kozinka.
- **Kravata** - textilní kravata jednobarevného provedení, gumička okolo krku se zapínáním. Materiál: 100% acryl.
- **Čepice zimní** - silný úplet z acrylové příze, ohrnování dolního okraje.
- **Čepice baseball** - čepice s kšiltem ze 100% broušené bavlny.
- **Čepice brigadýrka** – šestihranná/kulatá čepice s kšiltem. [12]



Obr. 14 Doplnky stejnokroje [12]

3 Komfort oděvů

Definice komfortu a diskomfortu

Stav organismu, kdy jsou fyziologické funkce organismu v optimu, a kdy okolí včetně oděvu nevytváří žádné nepříjemné vjemy vnímané našimi smysly. Když tento pocit bereme subjektivně vnímáme ho jako pocit pohody.

Komfort vnímáme všemi lidskými smysly kromě chuti, v následujícím pořadí důležitosti: hmat, zrak, sluch, čich. Komfort můžeme zjednodušeně definovat jako absenci znepokojujících a bolestivých vjemů.

Při diskomfortu mohou nastat pocity tepla nebo chladu. Pocity tepla se dostávají při zvětšeném pracovním zatížení nebo při působení teplého a vlhkého klimatu. Pocity chladu se dostávají především jako reakce na nízkou teplotu klimatu nebo nízké pracovní zatížení.

Komfort dělíme na:

- psychologický
- sensorický
- termofyziologický
- patofyziologický

V lidské přirozenosti je vyžadování stále vyššího stupně uspokojení potřeb a tedy i komfortu. Na této potřebě je založen i marketing textilních výrobků. Jisté skupiny lidské populace mají vyšší přirozený nárok na poskytování komfortu než jiné. Jsou to například velmi malé děti, nemocní lidé a lidé, kteří dosáhli vysokého věku. Mezi zvláštní skupinu patří nositelé ochranných oděvů, kteří jsou vystaveni pracovnímu nebezpečí nebo riziku ohrožení ostatních obyvatel (lékaři, záchranáři, pracovníci s chemikáliemi). Ostatní skupiny obyvatel by měli žít v podmínkách přiměřeného resp. regulovaného oděvního komfortu.

3.1 Psychologický komfort oděvů

Vnímání vlastního těla je z psychologického hlediska velmi důležité, jelikož ovlivňuje mnoho sfér našeho života a jeho kvalitu prožívání. Například účinky barev na člověka jsou značně individuální a závislé na osobní zkušenosti, pohlaví, kulturních zvyklostech atd. Přesto však je nepochybné, že mají určitý vliv na emocionální stav člověka a na pocity komfortu. Tóny, které se blíží červenému konci spektra, zpravidla zvyšují citové napětí, kdežto barvy blíží se fialovému konci spektra působí opačně, spíše uklidňují.

Psychologický komfort rozlišujeme podle různých hledisek:

Klimatická hlediska – denní oblečení by mělo v první řadě respektovat tepelně – klimatické podmínky, které jsou podmíněny geograficky. Oděv vhodný pro dané podmínky se stává normou.

Ekonomická hlediska – zahrnují přírodní podmínky obživy, výrobní prostředky, úroveň technologie apod.

Historická hlediska – lidé mají blízko k výrobkům vyrobených z přírodních materiálů, k výrobkům napodobujících přírodu, k výrobkům přírodní vůně. Tak vzniká tradice v životním stylu a módě.

Kulturní hlediska – spadají sem zvyky, tradice, náboženství (v zemích islámu jsou ženy někdy zcela zakryté oděvem). Tento oděv však chrání pokožku před negativními účinky UV záření.

Sociální hlediska – mezi tyto hlediska patří věk, vzdělání a kvalifikace, sociální třída, postavení nebo pozice v této třídě. Psychologický komfort vysokého postavení v příslušné třídě představovaný odlišným oděvem může kompenzovat nízkou úroveň komfortu termofyziologického.

Skupinová a individuální hlediska – patří do oboru oděvního návrhářství a zahrnují módní vlivy, styl, barvy a lesk, trendy, osobní preference.

3.2 Sensorický komfort oděvů

Sensorický komfort zahrnuje vjemy a pocity člověka při přímém styku pokožky a první vrstvy oděvu. Pocity, které vznikají při styku pokožky a textilie mohou být příjemné, jako pocit měkkosti nebo naopak nepříjemné, jako je pocit vlhkosti, škrábání, kousání apod.

Sensorický komfort můžeme rozdělit na:

- komfort nošení
- omak

Komfort nošení – zahrnuje povrchovou strukturu použitých textilií a vybrané mechanické vlastnosti, které ovlivňují rozložení sil a tlaků v oděvním systému. Dále obsahuje schopnost textilií absorbovat a transportovat plynnou či kapalnou vlhkost s dopadem na své kontaktní vlastnosti.

Omak – je veličina špatně reprodukovatelná založená na vjemech prostřednictvím prstů a dlaně.

Omak lze zjednodušeně charakterizovat těmito vlastnostmi:

- hladkostí
- tuhostí
- objemností
- tepelně kontaktním vjemem

3.3 Termofyziologický komfort oděvů

Stav lidského organismu, v němž jsou termofyziologické funkce v optimu. Tento stav je subjektivně vnímán jako teplotní pohodlí.

Termofyziologický komfort textilií lze charakterizovat pomocí dvou základních parametrů: tepelného a výparného odporu. Výparný odpor charakterizuje tepelné účinky vnímané pokožkou vznikající v důsledku odparu potu. Zde rozlišujeme celkový výparný odpor oděvu a výparný odpor vrstvy vnějšího přilehlého vzduchu, tzv. mezní vrstvy. Celkový tepelný odpor oděvu se sestává z odporu vlastního oděvu a tepelného odporu mezní vrstvy.

Termofyziologický komfort poskytovaný oděvem je hodnocen: pomocí přístrojů, které přesně charakterizují příslušný fyzikální děj, ale bez přímého vztahu k podmínkám platicím v systému pokožka – oděv – prostředí nebo lze přenos tepla a vlhkosti měřit za podmínek blízkých fyziologickému režimu lidského těla. Tento postup v posledních letech převažuje, protože umožňuje hodnotit termofyziologický komfort věrněji.

Termofyziologický komfort je zajišťován termoregulačním systémem. Termoregulací rozumíme schopnost organismu udržovat stálou tělesnou teplotu, i když produkce tepla, jeho příjem i ztráty, nepřetržitě kolísají. Člověk si udržuje stálou teplotu vnitřního prostředí, kolísající v rozmezí $\pm 4^{\circ}\text{C}$ okolo průměrné hodnoty $36 - 37^{\circ}\text{C}$.

3.4 Patofyziologický komfort oděvů

Při nošení oděvních textilií je pocit komfortu ovlivněn působením patofyziologicko - toxických vlivů. Jde o působení chemických substancí obsažených v materiálu, ze kterého je oděv vyroben a mikroorganismů vyskytujících se na lidské pokožce. Působení oděvu na pokožku může vyvolat kožní onemocnění. Kožní onemocnění může být způsobeno drážděním a alergií.

Vývoj oděvních textilií by se měl usměrnit tak, aby se získaly oděvní výrobky s minimální dráždivostí pokožky a současně s maximální antimikrobiální účinností. Na oděvní výrobky proti působení mikroorganismů se používají různé chemické úpravy (baktericidní) plošných textilií nebo vláken. Baktericidní vlastnosti vykazují vlákna, která jsou vyrobená z chitinu a chitosanu. [10]

4 Marketingový výzkum

4.1 Marketingový výzkum a jeho úloha

Marketingový výzkum se historicky vyvinul ze sociologického výzkumu a výzkumu veřejného mínění. První empirický výzkum byl proveden začátkem 19. století v USA. Jednalo se o výzkum chování a rozhodování voličů v prezidentských volbách. K rozvoji a uplatnění marketingového výzkumu jako samostatné disciplíny však došlo až v průběhu dvacátého století.

V dnešní době tvoří marketingový výzkum ucelený a komplexní systém metod a postupů, které umožňují zkoumat téměř všechny aspekty trhu, zákazníků a celé řady dalších faktorů, které souvisejí se zajištěním podnikatelských aktivit podniku.

Vymezení marketingového výzkumu

„Marketingový výzkum je chápán jako funkce, která spojuje spotřebitele, zákazníka a veřejnost s marketingovým pracovníkem prostřednictvím informací – informací užívaných k zajišťování a definování marketingových příležitostí a problémů, k tvorbě, zdokonalování a hodnocení marketingových akcí, monitorování marketingového úsilí a k zlepšení pochopení marketingu jako procesu. Marketingový výzkum specifikuje požadované informace podle vhodnosti k řešení těchto problémů, vytváří metody pro sběr informací, řídí a uskutečňuje proces sběru dat, analyzuje výsledky a sděluje zjištěné poznatky a jejich důsledky.“³

Marketingový výzkum:

- poskytuje informace, které pomáhají marketingovým manažerům rozpoznávat a reagovat na marketingové příležitosti a hrozby
- zahrnuje plánování, specifikaci, sběr a analýzu dat, sloužících jako podklad pro rozhodování v procesu marketingového řízení
- předává výsledky analýz řídicím pracovníkům

³ Simová, J.: Marketingový výzkum. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2005.

Na začátku marketingového výzkumu je důležité co nejpřesněji vymezit *předmět výzkumu* (na jaké problémy se má výzkum zaměřit), *cíle výzkumu* (jaké informace má výzkum získat a k čemu budou sloužit) a *objekt výzkumu* (koho má výzkum zkoumat).

Marketingový výzkum v této bakalářské práci je zaměřený na komfort nošení policejních uniforem. Cílem tohoto výzkumu je nalezení postoje uživatele ke konkrétním vlastnostem (prodyšnost, stálobarevnost, stálost tvaru, omak ad.) služebního stejnokroje při jeho nošení a to především z hlediska sensorického komfortu. Dále jejich pocity při nošení z hlediska psychologického komfortu a to zejména v oblasti budování prestiže. Výzkum byl prováděn mezi příslušníky policie České republiky.

4.2 Konkretizace výzkumu

Marketingový výzkum klasifikujeme na několik typů podle určitých zvolených hledisek a společných znaků. V praxi se jednotlivé typy výzkumů prolínají a kombinují podle cíle a potřeb výzkumu. Důležitou roli při výběru určitého výzkumu pro získání požadovaných informací hraje i finanční hledisko, tj. náročnost a náklady spojené s realizací výzkumu a získáním požadovaných informací. Pro výzkum v této bakalářské práci bylo použito primárního výzkumu.

- **Primární výzkum** je zaměřený na získávání, analýzu a vyhodnocování nových, konkrétních informací, týkajících se činnosti firmy nebo jejího okolí, potřebných pro řešení daného problému. Jedná se o sběr informací v terénu. Data získaná primárním výzkumem jsou označována jako primární data.
- **Primární data** se získávají marketingovým výzkumem za konkrétním účelem v souvislosti s řešením určitého problému. Zdrojem primárních dat je zkoumaná jednotka, kterou může být jednotlivec, domácnost, firma nebo jakýkoliv jiný subjekt, který požadovanou informaci má. Primární údaje mohou vyjadřovat situaci, charakteristiky, názory, postoje či pocity zkoumané jednotky.

Podle charakteru získaných informací byl proveden:

- **kvantitativní výzkum**, jehož předmětem je zjištění četnosti určitého stavu nebo jevu. Účelem tohoto výzkumu je získat číselné údaje.

4.3 Metody a techniky sběru dat pro účely marketingového výzkumu

Součástí návrhu metodologie marketingového výzkumu je volba vhodné metody sběru dat tak, aby se získávaly kvalitní, přesné, aktuální, úplné a nezkreslené informace.

Informace, které získáváme marketingovým výzkumem, by měly být:

- relevantní pro řešení daného problému
- správné, spolehlivé, pravdivé
- efektivní, tedy získávané dostatečně rychle a s přijatelnými náklady

K zajištění výše uvedených požadavků by měly přispět metody sběru dat, které se využívají v marketingovém výzkumu:

- pozorování
- experiment
- dotazování

Kterou metodu sběru dat si zvolíme záleží na:

- charakteru problematiky, kterou zkoumáme
- dostupnosti požadovaných informací
- účelu, rozsahu výzkumu
- kvantitě a kvalitě informací, které požadujeme
- dostupnosti respondentů

K zjištění požadovaných informací byla použita metoda sběru dat dotazováním. Výzkum byl realizován na základě dotazníku, uvedeném v příloze č. 1. Pro komunikaci s respondenty byl zvolen písemný dotazník. Důvodem byla především nutnost poskytnout respondentům dostatek času na vyplnění požadovaných údajů a minimalizovat tím rizika nedorozumění. Dotazník byl osobně doručen na pracoviště policie České republiky v Mladé Boleslavi a jejím blízkém okolí. Dotazování proběhlo v měsíci březen a celkově bylo rozdáno 100 dotazníků.

4.3.1 Získávání dat dotazováním

Dotazování patří k nejčastěji používaným metodám získávání informací v marketingovém výzkumu. Jeho podstatou je pokládání otázek respondentům, které se uskutečňuje pomocí nástrojů (dotazníku nebo záznamových archů) a vhodně zvoleného kontaktu s dotazovaným. Dotazování může probíhat přímou nebo nepřímou komunikací s respondentem.

Dotazování může být provedeno:

- osobně
- telefonicky
- písemně

Osobní dotazování – je založeno na získávání informací přímo osobním kontaktem tazatele s respondentem. V marketingovém výzkumu je to nejvýznamnější a nejpoužívanější technika sběru dat. Výhodou získávání dat osobním dotazováním je jejich velká použitelnost, všestrannost, okamžitá odezva, hodně informací v poměrně krátkém čase, používání názorných prostředků a různých technik. Nevýhodou tohoto způsobu dotazování je, že je nákladný, náročný na přípravu a na výběr schopných, kvalifikovaných tazatelů.

Telefonické dotazování – je zatím nejrychlejší technika pro shromažďování informací. Telefonické dotazování je svojí podstatou podobné osobnímu dotazování s tím rozdílem, že komunikace probíhá pouze sluchem. Z tohoto důvodu by měly být jasné a srozumitelné otázky. Výhodou je rychlé a levné získání odpovědí od většího počtu respondentů i ve větším regionálním rozsahu. Nevýhodou je, že využití této metody je omezeno pouze na účastníky telefonní sítě, není vhodné ani pro větší počet otázek.

Písemné dotazování – spočívá v doručení dotazníků na adresu respondentů a zpětném shromažďování odpovědí poštou nebo jiným způsobem, např. na výstavě. Výhodou tohoto způsobu dotazování je kontaktování velkého množství respondentů nezávisle na vzdálenosti či geografické poloze. Nevýhodou je velmi pomalá odezva a míra návratnosti dotazníků.

4.4 Dotazník jako nástroj získávání informací

Dotazník je strukturovaný sled otázek, navržených za účelem zjištění faktů a názorů a následného zaznamenání těchto údajů. Úlohou dotazníku je minimalizovat možnost získání nepřesných, zkreslených nebo nepravdivých informací, a naopak získat data porovnatelná a relevantní. Je to dáno především strukturou dotazníku, formulací a řazením otázek.

4.4.1 Struktura a logická stavba dotazníku

Když sestavujeme dotazník je nutné věnovat pozornost i stanovení struktury a logické stavbě dotazníku. Otázky musíme uspořádat tak, aby byly v souladu s logickým postupem myšlení respondenta a tématicky tvořily logický celek. Při tvorbě dotazníku je potřebné se ujistit, že všechny otázky v dotazníku jsou podstatné a přínosné. Otázky, které jsou zajímavé, ale pro výzkum nepodstatné, znamenají vždy vyšší náklady, víc času a nižší kvalitu získaných informací.

Při sestavování dotazníku bylo velmi důležité správné zvolení otázek. Dotazník obsahuje celkem jedenáct otázek. V dotazníku jsou střídány otázky otevřené a uzavřené otázky - vícenásobného výběru a známkovací stupnice.

Otevřené otázky ponechávají volnou formulaci odpovědi plně na rozhodnutí respondenta. Dá se zde předpokládat velká rozmanitost odpovědí, které jsou obtížně zpracovatelné, vyžadují především víc času a práce na jejich vyhodnocování.

Uzavřené otázky předkládají respondentovi předem stanovený počet možných odpovědí, z kterých je nucen vybrat si jednu nebo předem stanovený počet variant. Tyto otázky mohou mít různou podobu:

- Dichotomické otázky nabízejí pouze dvě možnosti odpovědi: ANO nebo NE. Respondent má možnost vybrat si pouze jednu odpověď, která mu nejvíce vyhovuje.
- Otázky vícenásobného výběru předkládají omezený počet variant odpovědí. Respondent si vybírá tu, která nejvíce odpovídá jeho názoru.
- Stupnice a poměrové škály slouží pro zjištění kvalitativních dat, které vyjadřují postoje, pocity, chování a motivy respondentů.

4.5 Výběr vzorku respondentů

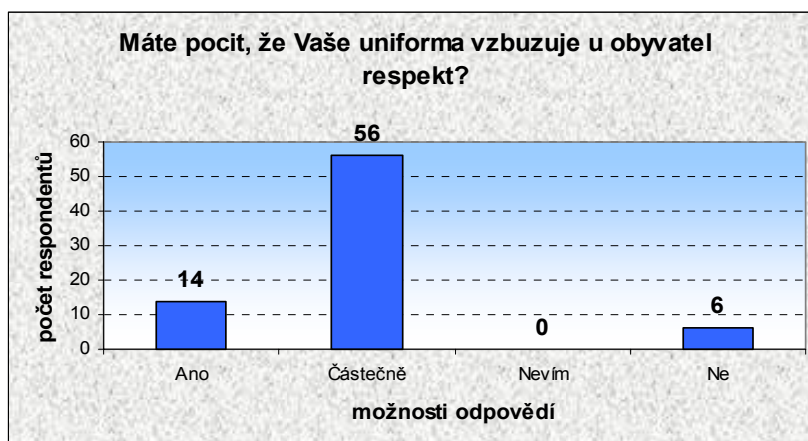
Nejčastějším zdrojem požadovaných informací jsou lidé (zákazníci, partneři, spotřebitelé), které obecně označujeme jako respondenty. Skupinu lidí, objektů (podniků), které mají něco společné a jsou předmětem výzkumu, označujeme jako populaci. Výběr respondentů za účelem získat informace označujeme jako výběrové šetření nebo vzorkování. Cílem vzorkování je získat výběrový soubor (vzorek), v němž se realizuje sběr požadovaných informací. Pravděpodobnostní výběr vzorku využívá statistické metody a nepravděpodobnostní výběr vzorku využívá nestatistické metody.

Pro vlastní marketingový výzkum byli respondenti vybráni úsudkovým výběrem. Při tomto způsobu jsou respondenti vybíráni na základě předpokladu (úsudku), že jsou pro daný výzkum typické, nebo že jde o respondenty, kteří se vyznačují určitými charakteristikami. Úsudkový výběr spadá mezi nestatistické metody výběru vzorku respondentů, které jsou z hlediska náročnosti realizace jednodušší a rychlejší než statistické metody.

4.6 Zpracování a analýza dat

Získaná data mají velmi malou vypovídací schopnost, proto je nutné provést jejich zpracování a vyhodnocení. Zpracování dat obsahuje úpravu, klasifikaci a případné kódování údajů. Analýza dat zahrnuje využití různých metod a postupů za účelem vyhodnocení získaných dat. [11]

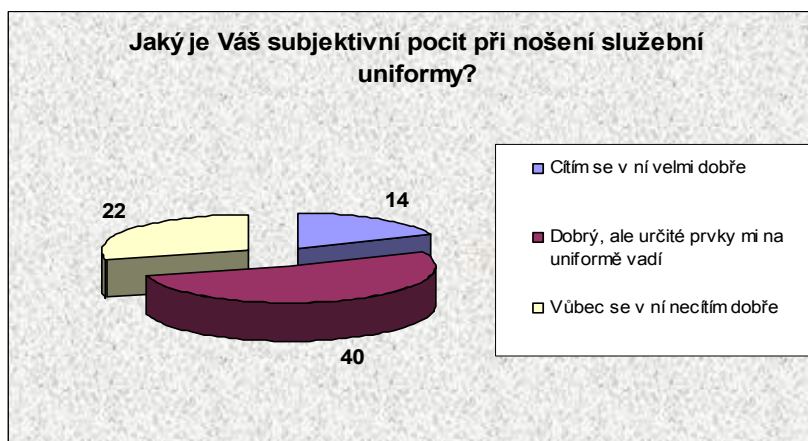
Pro interpretaci vlastního marketingového výzkumu byla zvolena forma sloupcových a výsečových grafů s výsledky. Každý graf je doplněn stručným zhodnocením. Interpretace výsledků pomocí grafů je z důvodu přehlednosti daného výzkumu. U otevřených otázek je uvedeno slovní okomentování.



Obr. 15 Graf - Máte pocit, že Vaše uniforma vzbuzuje u obyvatel respekt?

Otázka č. 1 Máte pocit, že Vaše uniforma vzbuzuje u obyvatel respekt?

První otázka v dotazníku byla uzavřená s možností označení pouze jedné odpovědi. Z celkového počtu 76 dotázaných mělo 14 strážníků pocit, že uniforma vzbuzuje u obyvatel respekt a převážná většina z nich je přesvědčena, že respekt vzbuzuje uniforma jen částečně. Zbýlých 6 dotázaných nepocituje u obyvatel respekt žádný.

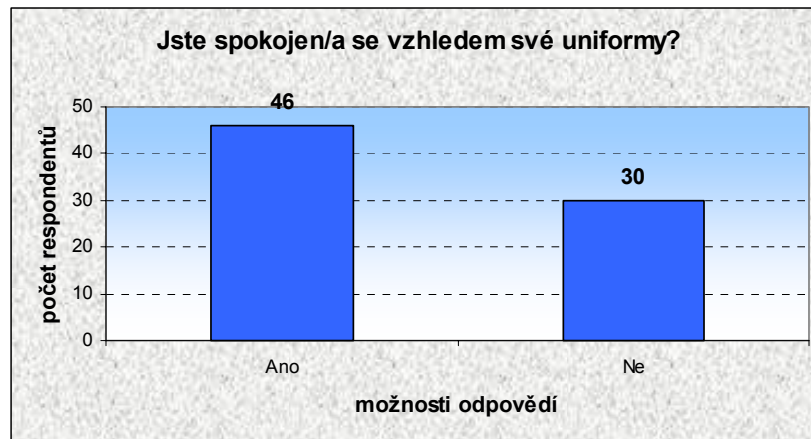


Obr. 16 Graf - Jaký je Váš subjektivní pocit při nošení služební uniformy?

Otázka č. 2 Jaký je Váš subjektivní pocit při nošení služební uniformy?

Za otázkou č. 1 následovala opět otázka uzavřená, kde respondenti měli možnost volit jednu ze tří variant odpovědi. Za druhou možností odpovědi následovala otázka, které prvky respondentům na uniformě vadí. U této možnosti, na kterou odpovědělo 40 dotázaných se vyskytovaly poměrně rozmanité názory. Nejvíce se nositelé služebních uniforem zmiňovali o nedostačujícím množství kapes, které též neodpovídají

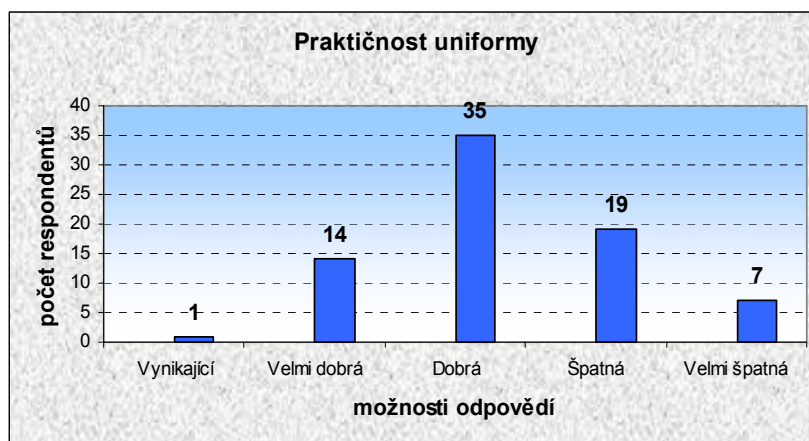
velikostem pro doplňky. Dále uváděli malou životnost suchých zipů u kapes. Velká část dotázaných by preferovala reflexní prvky z důvodu bezpečnosti. Zmínka zde byla také o příliš ostrých hranách znaku s identifikačním číslem strážníka. Jedna z odpovědí se týkala pouzdra zbraně, které často odírá sedačky ve služebním vozidle. Dalších 22 dotázaných se v uniformě necítí vůbec dobře. Zbylých 14 nositelů se cítí v uniformě velmi dobře.



Obr. 17 Graf - Jste spokojen/a se vzhledem své uniformy?

Otázka č. 3 Jste spokojen/a se vzhledem své uniformy? Pokud ne, tak co byste na ní změnil/a?

Třetí otázka zjišťovala, zda se nositelům jejich uniforma líbí či nikoliv. 46 dotázaných odpovědělo, že ANO. Zbylých 30 se vzhledem své uniformy spokojeno není. Převážná většina z nich by na uniformě změnila materiál, lepší střih a barevnost uniforem. V neposlední řadě respondenti preferují elegantnější či sportovnější vzhled uniformy.



Obr. 18 Graf - Praktičnost uniformy (nešpiní se, nežmolkuje, nemačká se apod.) hodnotím jako?

Otázka č. 4 Praktičnost uniformy (např. nešpiní se, neodírá se, nežmolkuje) hodnotím jako?

Ve čtvrté otázce měli respondenti zvolit z otázky vícenásobného výběru pouze jednu možnost. Největší část 35 dotázaných se ztotožnila s možností, že praktičnost uniformy je dobrá. Dalších 19 dotázaných, že špatná a 7 nositelů ji hodnotilo za velmi špatnou. Poměrně malá část 14 nositelů zhodnotila praktičnost uniformy za velmi dobrou a pouze 1 z dotázaných za vynikající.



Obr. 19 Graf - Pocitujete z hlediska praktičnosti a pohodlnosti uniformy nějaké nedostatky?

Otázka č. 5 Pocitujete z hlediska praktičnosti a pohodlnosti uniformy nějaké nedostatky? Pokud ano, tak jaké?

U této otázky měli respondenti možnost volby ze dvou odpovědí. Za první možností odpovědi je respondentovi ponechána absolutní volnost při formulaci

odpovědi. Z hlediska praktičnosti a pohodlnosti uniformy pociťuje nějaký nedostatek 54 z celkových 76 dotazovaných. Nejvíce nositelů uvedlo kvalitu zpracování a kvalitu materiálu, ze kterého je uniforma šita. Ve většině názorů se nositelé shodují, že materiál je neprodyšný, neodvádí pot, promoká, mačká se a kouše. K častým poznámkám nositelů patří i špatná a častá údržba uniform. Mačkavost kalhot způsobuje časté žehlení. Poměrně velká část dotázaných si stěžuje na obuv. V letním období je obuv neprodyšná naopak v zimním období obuv promoká.

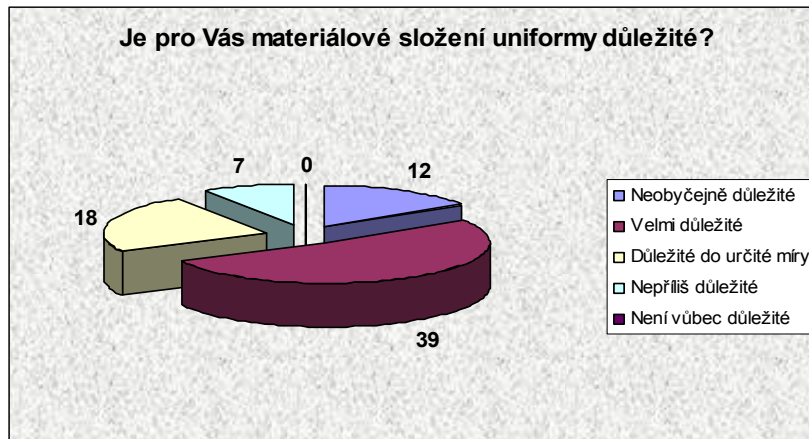
Dalším nedostatkem je zachytávání se výložkami při nástupu a výstupu z vozidla a při řízení s bezpečnostním pásem. Nositelé se též shodují v odpovědích ohledně nedostatku kapes a žádných reflexních prvků. Zbýlých 22 respondentů nepociťuje žádný nedostatek.



Obr. 20 Graf - Zajímáte se o materiálové složení uniformy?

Otázka č. 6 Zajímáte se o materiálové složení uniformy?

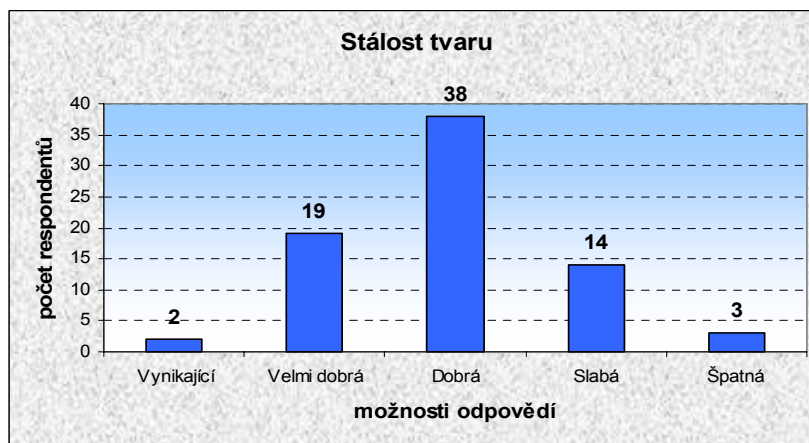
Cílem této otázky bylo zjistit, zda se nositelé služebních stejnokrojů vůbec o materiálové složení zajímají. Z celkových 76 dotázaných se 57 o materiálové složení uniformy zajímá a zbylých 19 dotázaných nezajímá.



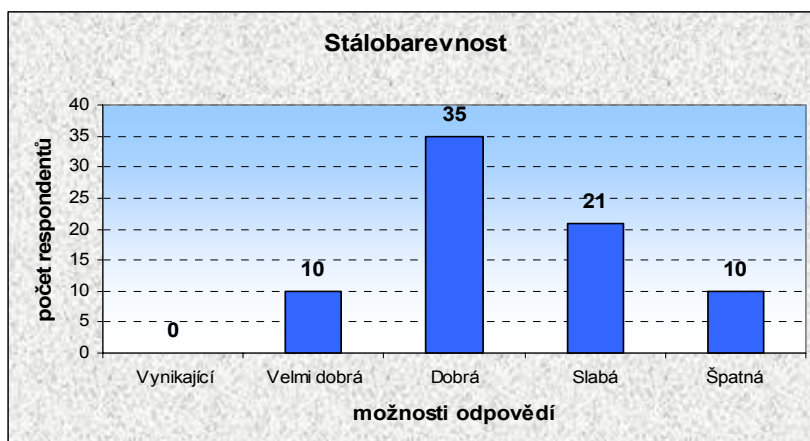
Obr. 21 Graf - Je pro Vás materiálové složení uniformy důležité?

Otázka č. 7 Je pro Vás materiálové složení uniformy důležité?

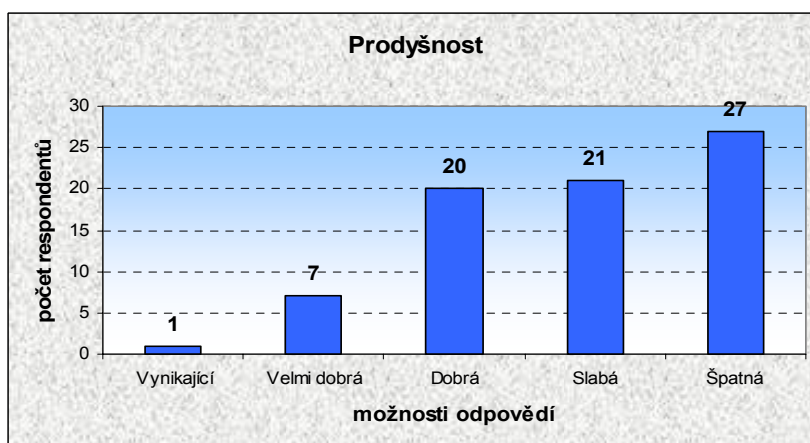
Na otázku č. 6 volně následovala otázka vícenásobného výběru. Respondenti měli možnost zvolit pouze jednu odpověď. Převažovaly kladné odpovědi. Z celkových 76 dotázaných považuje 12 respondentů materiálové složení uniformy za neobyčejně důležité, 39 za velmi důležité, 18 za důležité do určité míry. Pro zbylých 7 nositelů je materiálové složení nepříliš důležité.



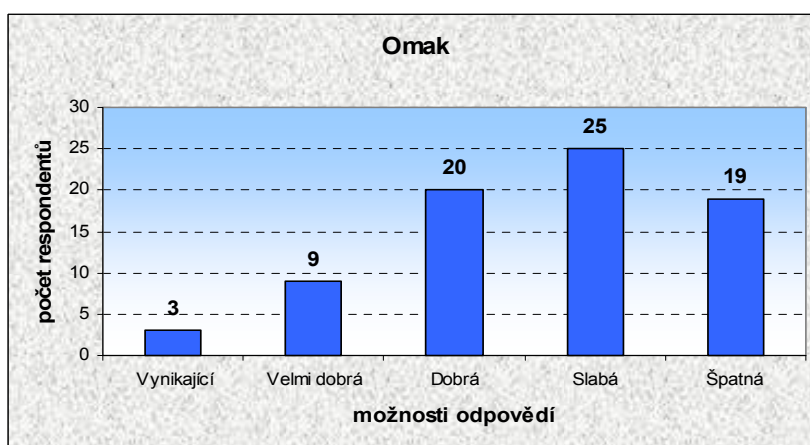
Obr. 22 Graf - Stálost tvaru



Obr. 23 Graf - Stálobarevnost



Obr. 24 Graf - Prodyšnost



Obr. 25 Graf – Omak

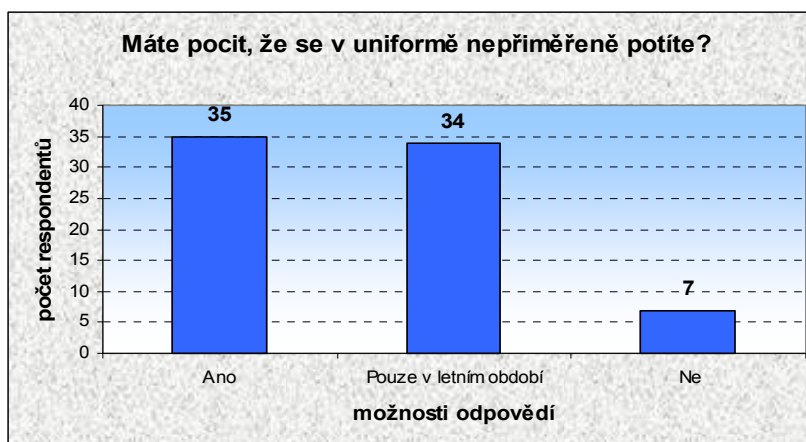
Otázka č. 8 Jak hodnotíte danou vlastnost uniformy?

V této otázce měli respondenti zakroužkovat jedno číslo na stupnici od 1 – 5. Hodnotili čtyři vlastnosti oděvu: stálost tvaru, stálobarevnost, prodyšnost, omak. Z celkových 76 respondentů odpověděli 2, že stálost tvaru uniformy je vynikající, 19 velmi dobrá, 38 dobrá, 14 slabá a zbylí 3 respondenti hodnotí stálost tvaru za špatnou.

Stálobarevnost nepovažuje za vynikající žádný z dotázaných. Za velmi dobrou ji považuje 10 nositelů, za dobrou většina dotázaných v počtu 35, za slabou 21 dotázaných a zbylých 10 stálobarevnost považuje za špatnou.

U grafu prodyšnosti uniformy je patrná nespokojenost nositelů s touto vlastností. Jeden z nositelů považuje prodyšnost za vynikající, dalších 7 za velmi dobrou, 20 za dobrou, 21 za slabou a zbylá největší část respondentů za špatnou.

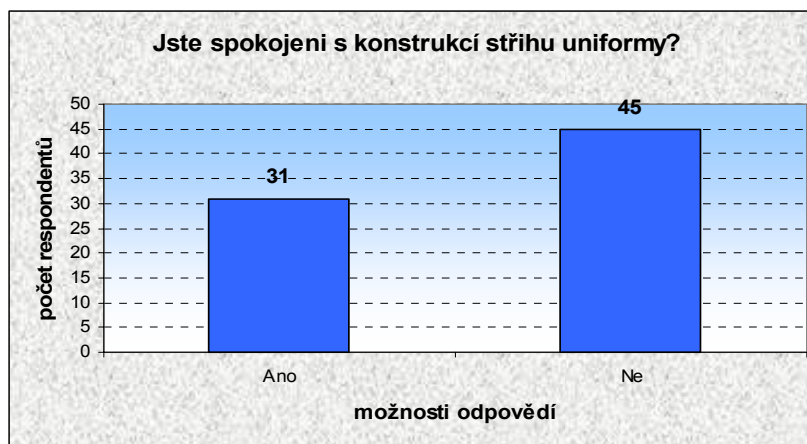
Poslední vlastnost uniformy omak hodnotí 3 respondenti za vynikající, 9 za velmi dobrý, 20 za dobrý, největší část dotázaných v počtu 25 za slabý a zbylých 19 za špatný. I u této vlastnosti je patrný vzrůst nespokojenosti nositelů.



Obr. 26 Graf - Máte pocit, že se v uniformě nepřiměřeně potíte?

Otázka č. 9 Máte pocit, že se v uniformě nepřiměřeně potíte?

U této otázky měli respondenti uvést, zda se při nošení služební uniformy potí. Největší počet respondentů tj. 35 odpovědělo, že se neúměrně potí v uniformě v každém počasí. Dalších 34 nositelů se potí pouze v letním, teplém počasí a zbylých 7 nepocítuje nadměrné pocení vůbec. Z tohoto dotazníku lze dojít k závěru, že uniformy jsou neprodyšné a nedostatečně odvádí pot. Ke zmírnění pocení pocení by jistě dopomohlo fasování funkčního prádla z Moiry.



Obr. 27 Graf - Jste spokojeni s konstrukcí střihu uniformy?

Otázka č. 10 Jste spokojeni s konstrukcí střihu uniformy? Pokud ne, tak proč?

Za otázkou č. 9 následovala opět otázka uzavřená, kde respondenti měli možnost volit jednu ze dvou variant odpovědí. Za druhou možností následovala volná odpověď. Spokojeno s konstrukcí střihu bylo 31 dotázaných. Zbylých 45 nositelů spokojeno s konstrukcí střihu uniformy nebylo. Nejčastěji nositelé uváděli, že střih uniformy neodpovídá jejich postavě (délka bundy, kalhot a rukávů) a upřednostňovali by šití uniforem na míru. Ve většině názorů se nositelé shodují, že mají příliš krátké bundy do pasu a často jim je zima na záda. Zmínka zde byla také u košil, které nositele příliš škrtí u krku. K častým poznámkám patří i příliš malá elasticita materiálu, kde nositelé mají pocit, že je uniforma příliš obepíná. Z této odpovědi lze usoudit, že nositelé by upřednostňovali volnější střih. Dvě z odpovědí se týkaly délky kalhot v letním období, kde by nositelé upřednostnili krátké kalhoty či kraťasy a nemuseli se v nich příliš přítit.

Otázka č. 11 Co je pro Vás z hlediska komfortu nejvýznamnějším požadavkem?

V této otázce měli respondenti volnost při formulaci odpovědi. Cílem poslední otázky bylo zjistit názory nositelů, které vlastnosti u uniforem upřednostňují. Celkem dotázaných bylo 76. Odpovědi byly velice rozmanité, ale již často zmiňované ve výše uvedených zhodnoceních. Asi největším požadavkem, který se často opakoval byla pohodlnost uniformy. K pohodlnosti přispívá z velké části konstrukce střihu. K dalším požadavkům patří především praktičnost uniformy, snadná údržba, vzhled a vhodný materiál. Z velké části zde byla zmínka také o prodyšnosti uniformy, která se zdá být z výsledků dotazníku nedostačující vlastností.

Vzhled a úprava uniformy by měly respektovat pracovní podmínky, pro něž jsou určeny. Největším problémem u stávajících policejních uniforem, jak z tohoto marketingového výzkumu vyplývá je materiálové složení. Materiál zapříčiňuje velmi malou prodyšnost a není příjemný na omak.

Druhým důležitým problémem je konstrukce střihu. Uniformy často nesednou, příliš obepínají a neodpovídají velikostem. Tomuto problému by se dalo předejít šitím uniforem na míru.

Závěr

Snahou autorky práce bylo na základě dotazníku získat dostačující spektrum odpovědí na dané otázky. Je možné polemizovat, zda-li je 76 respondentů reprezentativní vzorek? Přesto však výsledky práce ukazují na různorodost odpovědí s dobrou vypovídající schopností.

Významným přínosem této práce jsou především výsledky obsažené ve čtvrté kapitole, které při přehledném grafickém zpracování nadále napomohou dalším úvahám, jak uvedené nedostatky především v oblasti užitných vlastností policejních uniforem a jejich vlivu na zdravotní stav a pohodlí policejních příslušníků zlepšit.

Snad největším problémem u stávajících policejních uniforem, jak bylo zjištěno v marketingovém průzkumu, je jejich materiálové složení. Přílišným obsahem syntetických vláken v materiálu je způsobena zvýšená potivost. Na tento problém navazuje častá údržba praním a následném snižování stálobarevnosti a stálosti tvaru materiálu.

Druhým neméně důležitým problémem je konstrukce střihu, na kterou si nositelé uniformy stěžují. Uniformy často nesednou, příliš obepínají a neodpovídají velikostem.

Návrhy ke zlepšení pocitu pohodlí u stávajících policejních stejnokrojů:

- Zlepšení komunikace mezi konečnými nositeli uniforem a těmi, kteří zadávají jejich výrobu producentům.
- Možnost šití policejních stejnokrojů na míru.
- Odběr funkčního prádla.
- Snižování obsahu syntetických vláken v materiálu.

Na tuto práci by mohl některý ze studentů Fakulty textilní Technické univerzity v Liberci navázat svojí bakalářskou či diplomovou prací. Práce by byla zaměřena na měření konkrétních vlastností policejních uniforem.

Seznam literatury

- [1] Seznam Encyklopedie – stejnokroj: Stejnokroj [online], [cit. 22. února]
Dostupné na internetu <<http://www.encyklopedie.seznam.cz/heslo/97546-stejnokroj>>
- [2] Krejčířík, M.: Železniční móda. Praha: Dokořán, 2003.
ISBN 80-65569-39-X
- [3] Klučina, P., Stehlík, E.: Obrázkový slovník-vojenské uniformy. Praha: Slovart, 1995.
ISBN 80-85871-13-0
- [4] Pražský hrad - Výzbroj, výstroj, zástava: Výzbroj, výstroj, zástava [online], [cit. 14. března 2007] Dostupné na internetu
<http://www.hrad.cz/cz/kancelar_prezidenta/hs/vyzbroj_vystroj_zastava.shtml>
- [5] Staněk, J., Kubíčková, M.: Oděvní materiály. Liberec: Vysoká škola strojní a textilní v Liberci, 1986.
- [6] Kryštůfek, J., Machaňová, D., Odvárka, J., Prášil, M.: Technologie zušlechtování. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2002.
ISBN 80-7083-560-5
- [7] Macek, P., Uhlíř, L.: Dějiny policie a četnictva II. Praha: Police History, 1999.
ISBN 80-902670-0-9
- [8] Macek, P., Uhlíř, L.: Dějiny policie a četnictva III. Praha: Police History, 2001.
ISBN 80-86477-01-0
- [9] Uniformy a hodnosti policie: Stejnokroje a umístění hodnostního označení [online], [cit. 23. března 2007] Dostupné na internetu
<<http://www.spsmvbr.cz/cesky/uniformy/uniformy.html>>
- [10] Hes, L., Sluka, P.: Úvod do komfortu textilií. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2005.
ISBN 80-7083-926-0
- [11] Simová, J.: Marketingový výzkum. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2005.
ISBN 80-7372-014-0
- [12] Banner, s. r. o.: Katalog [online], [cit. 26. března 2007] Dostupné na internetu
<www.banner-cz.cz/homecs.htm>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník

Příloha č. 2: Článek z MF DNES – Uniformy Hradní stráže

Příloha č. 3: Nová podoba uniforem Českých aerolinií

Příloha č. 1

DOTAZNÍK

Tento zcela anonymní dotazník slouží k získání informací pro účely bakalářské práce na Technické univerzitě v Liberci, fakulty textilní.

U výběrových otázek zaškrtněte křížkem pouze jednu odpověď!

1. Máte pocit, že Vaše uniforma vzbuzuje u obyvatel respekt?

- Ano
- Částečně
- Nevím, nepřemýšlel/a jsem o tom
- Ne

2. Jaký je Váš subjektivní pocit při nošení služební uniformy?

- Cítím se v ní velmi dobře
- Dobrý, ale určité prvky mi na uniformě vadí, Jaké?
- Vůbec se v ní necítím dobře

3. Jste spokojen/a se vzhledem své uniformy? Pokud ne, tak co byste na ní změnil/a?

- Ano
- Ne,

4. Praktičnost uniformy (např. nešpiní se, neodírá se, nežmolkuje, dostatek kapes apod.) hodnotím jako:

- Vynikající
- Velmi dobrá
- Dobrá
- Špatná
- Velmi špatná

5. Pociťujete z hlediska praktičnosti a pohodlnosti uniformy nějaké nedostatky? Pokud ano, tak jaké?

- Ano,
- Ne

6. Zajímáte se o materiálové složení uniformy?

- Ano
- Ne

7. Je pro Vás materiálové složení uniformy důležité?

- Neobyčejně důležité
- Velmi důležité
- Důležité do určité míry
- Nepříliš důležité
- Není vůbec důležité

8. Jak hodnotíte danou vlastnost uniformy?

Zakroužkujte jedno číslo na stupnici od 1 do 5!

	<i>Vynikající</i>	<i>Velmi dobrá</i>	<i>Dobrá</i>	<i>Slabá</i>	<i>Špatná</i>
Stálost tvaru	1	2	3	4	5
Stálobarevnost	1	2	3	4	5
Prodyšnost	1	2	3	4	5
Omak (příjemnost na dotek)	1	2	3	4	5

9. Máte pocit, že se v uniformě nepřiměřeně potíte?

- Ano
- Pouze v letním období
- Ne

10. Jste spokojeni s konstrukcí střihu uniformy? Pokud ne, tak proč?

(např. škrťí, tlačí, obepíná apod.)

- Ano
- Ne,

11. Co je pro Vás z hlediska komfortu nejvýznamnějším požadavkem?

.....

Za poskytnutí informací Vám velmi děkuji, a přeji hezký den.

Hradní stráž se převlékne, zřejmě zpět do zelené



foto: Michal Sváček, MAFA

Válečným veteránům se nelíbí současné uniformy Hradní stráže. Jsou prý moc barevné.

1. listopadu 2006 13:18

Šestnáctiletá nelibost veteránů z druhé světové války může skončit. Hradní stráž by měla odložit své modré stejnokroje a obléci si zelené s červenými límcovými výložkami a zlacenými opasky, které vycházejí z prvorepublikového vzoru z třicátých let minulého století. MF DNES to potvrdil náčelník Vojenské kanceláře prezidenta republiky Vlastimil Pícek. "Začíná diskuse o přijatelných změnách stejnokrojů, které by respektovaly tradice české armády," říká generál. Hrad tak vychází vstříc Československé obci legionářské i Svazu letců, pro něž jsou stejnokroje, jež v roce 1990 navrhoval výtvarník Theodor Pištěk, nepřijatelné.

Veteráni je považují za cirkusové kostýmy a prezidenta republiky Václava Klause žádají i jako vrchního velitele ozbrojených sil, aby své vojáky "převlékl" do stejnokrojů, které odpovídají historickému vývoji země.

Diskuse o novém střihu Hradní stráže má zatím jen hrubý scénář. "Pravidla jsme neurčili. Vodítkem jsou třicátá léta 20. století. A bavit se budeme také o ceně, na kterou přestrojení přijde," naznačuje Pícek.

A kdo by tedy měl vynést konečný verdikt o nové podobě stejnokrojů Hradní stráže?

Důležité slovo bude mít Vojenská kancelář prezidenta republiky. Pozvánku k diskusi obdrží váleční veteráni z Československé obce legionářské, ze Svazu letců, ale i historici - odborníci na symboliku a tradice.

Vyslechnuti by měli být podle ředitele Vojenského historického ústavu Aleše Knížka i experti z armádního oddělení zkušebnictví, vývoje a výstroje. Ti vždy posuzují, nakolik jsou náměty výtvarníků či historiků při šití stejnokrojů proveditelné a zda budou při nošení i praktické.

Nové stejnokroje vyjdou laciněji

Předseda komise vojenských tradic a symboliky Robert Speychal připomíná ještě jeden důležitý detail: náklady na "převlečení" Hradní stráže by měly být menší než výroba nynějších uniforem.



"Pokud se budeme držet tradic, tak by měl být odložen letní stejnokroj i výroba mnoha dalších doplňků a součástek. Ať již proto, že nejsou vhodné, anebo je lze naopak pro nezpochybnitelnou hodnotu převzít ze stejnokrojů Theodora Pištěka. Například rukávové a čepicové znaky Hradní stráže či opaskové přezky," míní Speychal. Zůstat mají i zbraně a obuv. Pokud se tedy diskuse bude ubírat směrem, který naznačil náčelník Vojenské kanceláře prezidenta republiky Vlastimil Pícek - totiž že stejnokroje se přizpůsobí československým vzorům z třicátých let minulého století - vymění Hradní stráž modrou barvu za zelenou. Tu mohou zpestřit zlaté prýmký, šňůry, opasky či červené límcové výložky nebo i kalhotové lampasy.

Pištěk: Diskusí mám už dost

Autor dnešních stejnokrojů Theodor Pištěk se k výměně uniforem odmítá vyjádřit: "Nezlobte se, ale za patnáct let jsem na obhajobu svých návrhů řekl už dost. Nevím, co bych ještě dodal. Ať Hrad posoudí, nakolik jsou ještě vhodné."

V květnu nicméně Pištěk MF DNES řekl, že nesouhlasí s kritikou veteránů, podle níž nevycházel z tradic české armády. "Chtěl jsem, aby Hrad hlídali vojáci v uniformách československých legionářů z první světové války, ale neprošlo to kvůli značným nákladům. Zvolil jsem proto kompromis a tradice legií zakomponoval do nárameníků, opasků, spon a knoflíků uniforem."

Váleční veteráni kritizují stejnokroje Theodora Pištěka zejména proto, že kopírují uniformy námořní pěchoty USA. "Když jsem viděl cirkusovou hradní hudbu, očekával jsem, že se na nádvoří vřítí i velbloudi s žirafami," říká čestný předseda legionářů Tomáš Sedláček.

A Jan Horal ze Svazu letců dodává: "Stráž každé hlavy státu mají historické stejnokroje, jenom ty naše patří do operety, ale ne na Hrad."

Možné změny naznačuje již to, že hudba Hradu odložila červené uniformy před několika měsíci. Současných stejnokrojů má stráž ve skladech na několik let. Pokud by se tedy "převlékla", nebylo by to ze dne na den, ale postupně.

Příloha č. 3

Nové uniformy Českých aerolinek používané od 1. ledna 2007

