

Technická univerzita v Liberci

Fakulta textilní

Obor 3107

Textilní marketing

Katedra hodnocení textilií

**Společenské šaty pro svatební obřady**

**The formal dresses for wedding ceremonies**

Andrea Petrová

KHT – 466

Vedoucí práce: Ing. Ivana Vrbová

Počet stran textu: 51

Počet obrázků: 22

Počet tabulek: 2

Počet grafů: 14

Počet příloh: 4

## **Zadání bakalářské práce**

## **P r o h l á š e n í**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a 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.

Byl/a jsem seznámen/a 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 vědom/a 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).

Beru na vědomí, že si svou bakalářskou práci mohu vyzvednout v Univerzitní knihovně TUL po uplynutí pěti let po obhajobě.

V Liberci, dne 15.5.2006

Andrea Petrová

## **Poděkování**

Autorka děkuje všem spolupracovníkům, konzultantům, přátelům a dalším, bez nichž by tato práce nemohla být napsána. Jsou to zejména Ing. Ivana Vrbová, konzultantka mé bakalářské práce, za odborné vedení. Dále Evě a Kateřině Fejfarové, které mi poskytly řadu originálních nápadů a informací k teoretické části této práce.

## **Anotace**

Úkolem této bakalářské práce bylo sestavit SWOT analýzu svatebního salónu Diana, který se nachází v Jablonci nad Nisou. Salón půjčuje svatební oblečení pro ženy a muže a dále poskytuje služby spojené se svatbou.

Prvním cílem práce bylo provést výzkum nabídky svatebních salónů v Jablonci nad Nisou a v Liberci a zjistit postavení daného salónu na konkurenčním trhu.

Druhým cílem bylo marketingovým výzkumem zjistit názory a požadavky nevěst při výběru svatebních šatů.

Na základě těchto zjištěných informací a teoretických znalostí jsou v závěrečné části práce uvedeny doporučení na změny v oblasti propagace, pro salón Diana.

## **Annotation**

The "bachelor's work" comprised a SWOT analysis of a wedding dress business named "Diana," which is located in Jablonec nad Nisou. This business rents wedding garments for brides and bridegrooms and for others who are attending wedding ceremonies.

The first step of the analysis involved research on the services offered by other wedding dress rental businesses in Jablonec nad Nisou and Liberec so that Diana's competitive position in the market could be understood.

In the second step of the analysis, brides' requirements and preferences of wedding dresses were studied.

Based on the information derived from these studies, as well as on empirical knowledge of the garment business in general, I provided advice on what changes were needed for Diana's sales promotion.

# Obsah

Úvod .....	8
<b>1. Psychologické aspekty při výběru svatebních šatů.....</b>	<b>9</b>
<b>2. Analýza SWOT Salónu Diana .....</b>	<b>10</b>
2.1 Analýza vnitřního prostředí .....	12
2.2 Analýza vnějšího prostředí .....	13
2.3 Vyhodnocení analýzy .....	14
<b>3. Svatební oblečení pro nevěstu.....</b>	<b>16</b>
3.1 Historie svatebních šatů .....	16
3.2 Šaty .....	17
3.2.1 Pořízení šatů.....	17
3.2.2 Tkaniny, materiály .....	19
3.2.3 Drobná příprava .....	21
3.2.4 Rozdělení šatů.....	21
3.3 Doplnky .....	23
3.4 Módní trendy.....	29
<b>4. Analýza konkurenčního prostředí.....</b>	<b>30</b>
4.1 Konkretizace výzkumu .....	30
4.2 Představení jednotlivých měst .....	30
4.3 Vybrané konkurenční salóny .....	31
4.3.1 Jablonec nad Nisou .....	32
4.3.2 Liberec .....	33
4.4 Výsledky pozorování .....	37
<b>5. Marketingový výzkum poptávky.....</b>	<b>39</b>
5.1 Cíl výzkumu.....	39
5.2 Výběr vzorku respondentů.....	39
5.3 Metoda sběru dat.....	39
5.4 Vyhodnocení dotazníků .....	40
5.4.1 Obecné charakteristiky respondentů .....	40
5.4.2 Svatební šaty .....	41
5.5 Výsledky výzkumu .....	47

<b>6.</b>	<b>Doporučení salónu v oblasti propagace .....</b>	<b>49</b>
6.1	Komunikace .....	49
6.2	Návrh nové komunikační strategie .....	51
6.2.1	Vytvoření webových stránek .....	52
6.2.2	Inzerce v Jabloneckém měsíčníku .....	52
6.2.3	Propagační předměty a letáky .....	54
6.2.4	Sponzorování menších akcí .....	54
<b>7.</b>	<b>Závěr .....</b>	<b>55</b>
<b>8.</b>	<b>Seznam zdrojů a použité literatury .....</b>	<b>57</b>
<b>9.</b>	<b>Seznam zkratk .....</b>	<b>58</b>
<b>10.</b>	<b>Seznam příloh.....</b>	<b>59</b>

# Úvod

Svatební den je jeden z nejdůležitějších okamžiků v životě každého člověka. Příprava na tento den je velmi náročná, zejména pro ženy, při výběru svatebních šatů. Cílem této práce je zjistit pro svatební salón Diana potřebné informace o požadavcích a přáních nevěst při tomto výběru a také zhodnotit jeho konkurenceschopnost na trhu.

V úvodu práce je sestavena SWOT analýza svatebního salónu Diana, jsou uvedeny jeho silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Tento salón sídlí v centru města Jablonec nad Nisou. Jeho nabídka je rozmanitá. Půjčuje nejen svatební šaty pro nevěsty, ale také pánské obleky, oblečení pro družičky a chlapce, společenské šaty, různé svatební doplňky, zajistí též pro novomanžele svatební oznámení, snubní prsteny, vázání svatebních kytic, ozdoby na auta a na svatební tabuli.

V teoretické části je popsáno svatební oblečení pro nevěsty. Jeho historie, způsoby pořízení šatů, podle jakých stříhů a z jakých tkanin a materiálů jsou šaty ušity, ozdobeny a upraveny. Dále jsou popsány různé druhy svatebních doplňků. Na konci této části jsou uvedeny nadcházející módní trendy.

V rámci bakalářské práce byly provedeny dva marketingové výzkumy. Výzkum na straně nabídky a výzkum na straně poptávky.

První se týkal výzkumu konkurence salónu Diana, resp. svatebních salónů, které půjčují svatební šaty pro nevěsty. Cílem bylo zjistit postavení daného salónu Diana na konkurenčním trhu. Zmapování současné nabídky svatebních šatů probíhalo v Jablonci nad Nisou a v Liberci.

Druhý výzkum se zabýval poptávkou. Zhotoveným dotazníkem bylo osloveno 30 nevěst, které se vdávaly v druhé polovině roku 2005 nebo v tomto roce 2006. Nevěsty byly z Jablonce nad Nisou nebo z Liberce. Dotazník měl za úkol zmapovat poptávku konečného spotřebitele na trhu svatebních šatů. Jeho cílem bylo zjistit názory a požadavky nevěst při výběru svatebních šatů, co bylo pro ně rozhodující, co je ovlivnilo, jaké šaty si nakonec vybraly a v neposlední řadě, jak hodnotí nabídku na libereckém a jabloneckém trhu.

V závěrečné části práce jsou uvedeny doporučení na změny v oblasti propagace pro salón Diana. Tato doporučení vznikla na základě vypracovaných výzkumů, teoretických znalostí a dostupných informací o podniku.



# 1. Psychologické aspekty při výběru svatebních šatů

Svatba je úžasná událost. Žádná jiná slavnostní příležitost v sobě nemá tak dramatický náboj a žádný jiný obřad není tak působivý. Vždyť je to koneckonců jeden z nejkrásnějších okamžiků v životě každé ženy a muže. Dnešní mladé lidi již nic nenutí uzavírat sňatek způsobem, jakým se vdávali a ženili jejich prarodiče. Často vlastně dělají všechno možné i nemožné, aby ho uzavřeli jinak a netradičně. Podle tradičních zvyklostí se nevěsty radily s matkou, jak svatbu uspořádat. Teď jsme překročili práh nového tisíciletí. A vše je úplně jinak. Budoucí novomanželský pár sice může dát na rady rodičů, kamarádů, nebo poradců ze svatebních agentur, ale většinou se nakonec pár sám rozhodne tak, aby jejich den byl přesně takový, jaký oni chtěli a vysnili si ho. Smyslem několikaměsíční činnosti celého přípravného týmu je, aby tento jedinečný den byl ten nejkrásnější. Musí se dohodnout termín svatby, svatební oznámení, hostina, prstýnky a tisíc jiných drobností.

Pro nevěstu jsou ale nejdůležitější šaty. Ne, že by pro ženicha nebylo svatební oblečení důležité, i on chce vypadat v tento den dobře. Ale muži a ženy vnímají tento svatební den trochu jinak. Muž nesní od dětství jaké oblečení by chtěl v tento den mít na sobě. Nepřemýšlí o tom. Když nastanou přípravy na svatbu, navštíví se svojí nastávající svatební salóny, kde si může vybrat oblek, žaket, frak nebo dokonce i smoking. Ale platí zde základní pravidlo. Nejdříve si vybere nevěsta svatební šaty a pak ženich, aby jeho oblečení ladilo s jejím. A jen tehdy budou tvořit dokonalý pár. U ženy to je naopak. Už od dětství sní a představuje si jaké šaty bude mít na sobě, jak jí budou slušet. Svatební šaty jsou pro každou ženu téměř posvátné, mají totiž nějaké zvláštní kouzlo. Každá nevěsta chce být v tento slavný, výjimečný den co nejkrásnější, a proto se na ně právem upíná největší pozornost. Nevěsta by v nich měla podtrhnout své osobní kouzlo. Šaty by jí měly nejen slušet, ale hlavně se v nich musí cítit opravdu dobře. Musí rozhodnout nejen jaký styl šatů vybrat, ale také jaký materiál, barvu, střih a doplňky. Většina dívek se rychle a sama rozhodne pro určitý styl šatů, ale jsou dívky, které si neví rady. Sice představu mají, ale raději si nechají poradit od své matky nebo kamarádky. Při výběru šatů by měl převládat především osobní vkus člověka, nikoliv diktát módy. I když se každý rok spousta módních návrhářů snaží vnést i tyto trendy do svatebních modelů. Současné svatební salóny nabízejí nepřeberné množství variací nejen stylů, ale i barev. Ale je velmi těžké vyhovět a splnit přání všech zákazníků.

## 2. Analýza SWOT Salónu Diana

Salón Diana se nachází v centru města Jablonce nad Nisou, v ulici Lidická v prvním patře domu č.8 (viz příloha č.1 mapa města). Působí na trhu od roku 1991. Má již



dlouholetou tradici a za ta léta si vytvořila dobré jméno. Před domem je umístěna figurína ve svatebních šatech. Tímto způsobem je řešena propagace, neboť salón nemá výlohu. Prostor prodejny působí velmi příjemně a útulně, i když je místnost poměrně malá. Po levé straně po vstupu do prodejny, jsou na ramínkách vystaveny

**Obr. 1: salón Diana** společenské šaty a pánské obleky a nachází se zde velká kabinka se zrcadlem. Pod pánskými obleky je umístěno svatební oblečení pro družičky a chlapce. Naproti dveřím je na výsuvných ramínkách vystaveno 60 svatebních šatů. Nevěsta má tak možnost si šaty pečlivě prohlédnout. Dalších 20 šatů je umístěno ve skladu. Pět šatů je vystaveno na figurínách. Vedle svatebních šatů se nachází prosklená skříň a police, na umístění doplňků pro nevěstu a ženicha. Nedílnou součástí je velký stůl se dvěma židlemi. Zde je místo pro odpočinek nebo prohlédnutí katalogů.

Nabídka tohoto salónu je rozmanitá. Půjčuje nejen svatební šaty pro nevěsty a družičky, ale též půjčuje pánské obleky a společenské šaty. Ve své nabídce má i svatební doplňky a to závoje, čelenky, ozdoby do vlasů, klobouky, rukavice, peleríny, bižuterii, pompadúrky. Pro pány košile, motýlky, kravaty, vestičky a pro družičky košíčky. Salón též zajistí pro novomanžele svatební oznámení (výběr z 500 vzorů), snubní prsteny, vázání svatebních kytic, myrty, mašličky, květiny na svatební tabuli, ozdoby na auta, košíčky na koláčky, ubrousky, krabičky. Nevěsta může také využít solária, který je přidružen k salónu nebo fotografování v ateliéru.

Salón má velmi příjemný a kvalifikovaný personál. Jsou zde zaměstnány dvě švadleny, které se současně věnují zákaznicím. V nabídce jsou korzetové šaty s kolovou (viz příloha č.2, obr.4), s úzkou nebo áčkovou sukni, klasické princesové šaty, šaty s nebo bez vlečky nebo může být i různá kombinace dílů šatů. A to v barvě bílé, ale též i v různém barevném provedení: šampaň, růžová, modrá, hnědá, fialová nebo vínová. Z materiálů na šaty se nejvíce používá satén, organza, šifón a tyl. Možnost je i úprava

šatů na míru, a to v ceně půjčového. Rozmezí cen je od 1 000 do 4 300 Kč. Cena záleží na druhu šatů, na jejich stáří, materiálu, barvě a střihu. Šaty se půjčují na 4 dny.

Svatební salón si většinu šatů šije. Nakupuje materiály ze salónu Claudie nebo ze svatebních veletrhů. Inspiraci na návrhy šatů bere ze svatebních časopisů, veletrhů, výstav, ale též šije podle svých vlastních návrhů. Zabývá se také šitím svatebních šatů na zakázku, podle návrhu zákaznice. Menší část šatů byla pořízena koupí na veletrzích. [1]

## **Analýza SWOT**

*SWOT* – počáteční písmena anglických termínů, první znamená silné stránky, druhý slabé stránky, třetí je výrazem pro příležitosti a čtvrtý pro hrozby.

<b>STRENGTHS</b>	<b>silné stránky</b>
<b>WEAKNESSES</b>	<b>slabé stránky</b>
<b>OPPORTUNITIES</b>	<b>příležitosti</b>
<b>THREATS</b>	<b>hrozby</b>

Pokud se podnik zabývá jen rozborem vnitřních stránek, jedná se o *S – W analýzu*. Rovněž lze provádět rozbor jen vnějšího prostředí, to znamená rozbor příležitostí a hrozeb, potom se jedná o *O – T analýzu*.

Na činnost podniku působí jak vnější, tak vnitřní vlivy, nemají stejnou váhu a důležitost a tedy ani rovnou schopnost ovlivňovat činnost podniku: jeho úspěchy a neúspěchy.

Úkolem SWOT analýzy je označení zásadních faktorů,

- které budou mít největší význam pro podnik, tedy předností, výrazně slabých stránek, výrazných příležitostí a katastrofických hrozeb.
- které pomohou podniku do určité míry předvídat úspěšnou marketingovou politiku, nebo naopak obtížnou, těžce proveditelnou nebo neuskutečnitelnou.
- které významným způsobem ovlivní budoucí marketingové aktivity podniku.
- které závazně usměrní formulování marketingových strategických záměrů v jednotlivých tržních segmentech v určitém časovém období. [2]

## 2.1 Analýza vnitřního prostředí

Silné a slabé stránky se vztahují k vnitřním podmínkám podniku. Na základě analýzy vnitřní situace lze identifikovat faktory, které mohou výrazně ovlivnit budoucí úspěchy či neúspěchy firmy.

### **STRENGTHS – silné stránky**

- dobrá pověst salónu
- vhodná poloha v centru města
- příznivé dopravní spojení
- velký výběr svatebních šatů
- kvalitní výrobky a materiály
- rozmanitost barev
- široký výběr velikostí šatů
- módní trendy
- úprava šatů na míru
- šaty pro děti
- oblečení pro pány
- společenské oblečení
- svatební doplňky
- svatební služby
- příjemné prostředí
- kvalifikovaná pracovní síla
- kvalitní řízení podniku
- zakázkové šití
- šití vlastních návrhů
- solárium
- fotografování

- dobrá finanční situace
- slevy
- kvalitní údržba šatů

### **WEAKNESSES – slabé stránky**

- malá propagace
- nemají webové stránky
- nemají výlohu
- druhé patro budovy
- malé rozměry prodejny
- malé rozměry dílny
- nižší kvalita oděvů v důsledku opotřebení

## **2.2 Analýza vnějšího prostředí**

Příležitosti a ohrožení vyplývají z vnějšího prostředí. Hlavní obtížností při identifikaci a hodnocení příležitostí a ohrožení je skutečnost, že je podnik nemůže svými aktivitami ovlivnit. Může je ovšem vytipovat, zhodnotit a zaujmout k maximálnímu využití příležitostí nebo k odvrácení, či alespoň ke zmírnění důsledků neovlivnitelných hrozeb. Příležitosti a hrozby velmi úzce souvisí s aktivitami konkurence.

Příležitosti představují takové možnosti pro podnik, s jejichž realizací stoupají vyhlídky lepšího využití zdrojů a účinnější splnění vytyčených cílů. Vyplývají ze situací, které podnik zvýhodňuje vzhledem ke konkurenci.

### **OPPORTUNITIES – příležitosti**

- neuspokojený zákaznický segment
- ve městě malá konkurence
- dobrá poloha salónu

- účast na přehlídkové show Jitky Vokněřové v Eurocentru v Jablonci nad Nisou
- zvyšující se počet lidí ochotných zapůjčit si oděv
- investice do nákupu šatů
- v prosinci roku 2005 nákup amerických šatů
- získání nových kontaktů na veletrzích
- pružné reagování na požadavky zákazníků týkající se druhu šatů, materiálů a trendů

Hrozbu pro podnik představuje rovněž externí prostředí. Faktory vnějšího prostředí mohou znamenat zhoršenou pozici podniku, nebezpečí neúspěchu podniku, i případnou hrozbu úpadku. Jde o situaci, které mohou vývoj podniku velmi negativně ovlivnit.

#### **THREATS – hrozby**

- konkurence na libereckém trhu
- volný příchod zahraniční konkurence na domácí trhy
- měnící se potřeby a vkus zákazníků
- nízký počet svateb
- nečekané nutné investice
- klesající ceny

### **2.3 Vyhodnocení analýzy**

Silnou stránkou svatebního salónu Diana je dobré umístění prodejny, a to v centru města. Široká nabídka zapůjčení nejen svatebních šatů pro nevěsty, ale též pánských obleků, společenských oděvů, oblečení pro družičky a stylových doplňků. Dále novomanželům zajistí oznámení, kytice, prstýnky a různé ozdoby pro svatební den. Salón má ve své nabídce různé druhy stříhů šatů pro nevěsty z kvalitních materiálů, různých velikostí a barev. Šaty mohou být upraveny na míru podle postavy zákaznice. Velkou předností, oproti konkurenci, je šití svatebních šatů dle vlastních návrhů,

ale především na přání zákazníků. Dalšími službami, určené pro širokou veřejnost, je solárium a zakázkové šití oděvů.

Slabými stránkami je malá propagace, např. na internetu. Umístění prodejny ve druhém patře, bez výlohy. Malé prostory prodejny a nižší kvalita svatebních oděvů v důsledku opotřebení.

Příležitostmi salónu je neuspokojený daný zákaznický segment, ve městě malá konkurence, dobrá poloha salónu v centru města, ale též nákup nových šatů a získání nových kontaktů na veletrzích. Velkou příležitostí jak se zviditelnit je účast na přehlídkové show v Eurocentru v Jablonci nad Nisou.

Velkými hrozbami je konkurence na libereckém trhu, zahraniční konkurence, měnící se potřeby a vkus zákazníků, nízký počet svateb a nečekané nutné investice.

### 3. Svatební oblečení pro nevěstu

#### 3.1 Historie svatebních šatů

Tradici bílých svatebních šatů zahájila královna Viktorie. Po její svatbě v roce 1840 se již nevěsty nevdávaly ve svých „nejlepších svátečních“ šatech ani v módních barvách, ale v bílém. Tato barva znamenala čistotu a panenství nevěsty. Viktoriánské svatební róby s přiléhavým živůtkem a bohatou sukní s vlečkou jsou už také klasické. Před rokem 1870 krinolínu nahradila sukně s honzíkem, která zůstala v oblibě dalších dvacet let. Ke konci Viktoriiny vlády honzíky zmizely a pozornost se přesunula k hornímu dílu šatů, kde se objevily nadýchané šunkové rukávy, propracované živůtky, ukončené vysokým kulatým límcem z vzorovaného šifónu nebo krajky. Nevěsty této doby působily skromně, elegantně a žensky.

Bílé svatební šaty z hedvábí, mušelínu, saténu, tylu nebo krajek byly výsadou nevěst z vyšší společenské vrstvy. Prostší dívky se strojily do svých nejlepších šatů, většinou do svátečního kroje. Místy se u některých součástí svatebního kroje ustálila určitá barva. Například svatební sukně na moravském Kyjovsku mívala nevěsta černou a družičky zelenou, na Podluží žlutou s našitým černým pruhem atd. Oproti tomu bílá barva byla vždy považována za barvu smuteční a teprve s rostoucím městským vlivem se stala typickou svatební barvou. Rovněž svatební účesy měly svou tradici: vlasy se obvykle zaplétaly do copů, někdy se oplétaly pentlemi a pokrývaly věncem z květin.

Koncem devatenáctého století se ve městech dostaly do módy výstřednější svatební šaty, nezvyklé především širokou paletou nádherných odstínů barev. Ve vlasech se už nenosily jen květiny, kloboučky a čepce, velmi oblíbené se stávaly ručně šité závoje. Před první světovou válkou byla velice módní šedá toaleta zdobená drobnými perličkami.

Ve válečných obdobích docházelo pravidelně k úsporným opatřením, které se nevyhnuly ani vizáži svatebních šatů: během první světové války se nosily prosté kostýmy s rukavičkami a kulatým kloboučkem, během druhé světové války polopřiléhavé kostýmy s vycpanými rameny a kloboučkem se závojem.

V meziválečných třicátých letech se prosazovaly jednoduché elegantní šaty nebo bohaté šaty v romantickém hollywoodském stylu. Co se týče barevného provedení,



opět dominovala bílá barva, odvážnější nevěsty se však odhodlávaly k barevnějším tónům.

Ve volnomyšlenkářských šedesátých a sedmdesátých letech se mnoho nevěst bouřilo proti tradici a oblékalo si všechno možné od minisukní až po kreace ve stylu hippies. Teprve od roku 1981, kdy představitost světa zaujaly taftové svatební šaty lady Diany Spencerové, se tradiční oděv nevěsty znovu stal vrcholem módy a začalo desetiletí hýřivé na bohaté návrhy.

V současné době odpovídá styl a provedení šatů měnícím se světovým módním trendům. Nevěsta může být oblečena v bohatých dlouhých šatech s vlečkou a závojem, v jednoduchých přiléhavých šatech bez výraznějších ozdob, v krátkém modelu, nebo v elegantním kostýmku. Zvláštní kouzlo jistě přidá jemný závoj, věnečky, perličky, mašle, umělé či živé květiny, čelenka nebo klobouk. [3][4]

## 3.2 Šaty

### 3.2.1 Pořízení šatů

V den svatby se středem pozornosti stává především nevěsta. Aby v tento velký den vypadala opravdu dokonale, musí věnovat velkou pozornost nejenom výběru svých svatebních šatů, ale i vhodných doplňků. Nejoptimálnější čas pro volbu stylu šatů je asi šest měsíců před svatbou. Především by si měla udělat představu o tom, jaké šaty by to měly být. Samozřejmě že záleží na vkusu a ceně, kterou hodlá do šatů investovat. V každém případě by se měla řídit několika základními body:

- částka, kterou je ochotna do svatebních šatů investovat.
- šaty musí ladit i se stylem svatby: k jednoduché oslavě patří spíše skromné šaty, pro větší oslavy se hodí spíše dlouhé, bohaté šaty s vlečkou a závojem.
- chce-li mít šaty jen pro tuto příležitost, nebo je po svatbě upraví, a bude je i nadále používat jako společenské.
- šaty by měly odpovídat typu postavy a osobnosti nevěsty.

### Existuje několik možností, kde a jak šaty pořídit:

Svatební šaty si může nevěsta **koupit**, buď ve specializovaných prodejnách nebo ve větších obchodních domech. Jednodušší střihy pořídí cca od 3 000 Kč, dlouhé bohatší šaty z drahých materiálů mohou přijít až na částku kolem 40 000 Kč. Výhody prodejen: šaty jsou úplně nové, nikdo je předtím nenosil a jsou rychle dostupné. Šaty se mohou dále prodat nebo je příležitostně nosit (záleží samozřejmě na typu šatů). Nevýhody prodejen: šaty jsou vyzkoušeny při nákupu, ale pokud nevěsta výrazně změní vzhled (zhubne či přibere), musí se šaty upravit. Šaty jsou poměrně drahé.

Další možností je nechat si šaty **ušít** v krejčovském salónu. Má to své výhody: zákaznice bude mít šaty přesně na svoji postavu a podle svých představ. Může přijít buď s vlastním návrhem nebo si vybrat šaty z nabídky v katalogu, které jí v salónu předloží. V případě, že ctí rodinné tradice a chce se vdávat ve svatebních šatech své matky, zkušená švadlena je perfektně upraví. Cena je individuální, dle náročnosti zpracovaného střihu cca od 1 200 Kč do 20 000 Kč.

Nejoblíbenější a nejpoužívanější možností se v poslední době staly **svatební salóny**, které nabízejí široký výběr nejen svatebních šatů, ale i doplňků. V nabídce mají dokonce i nejnovější modely od zahraničních návrhářů. Nevěsta si zde může vyzkoušet různé druhy šatů a vybrat si právě takové, které jí budou nejvíce slušet a ve kterých se bude cítit opravdu dobře. Zaměstnanci svatebního salónu také ochotně poradí, které doplňky se nejlépe hodí ke zvoleným šatům. Doplňky se zde mohou rovněž půjčit nebo i zakoupit. Šaty se zpravidla půjčují na tři až pět dnů. Půjčovné je vždy stanoveno dohodou dle počtu dní, činí zhruba od 2 000 Kč do 15 000 Kč. Výhoda půjčoven: šaty se zkouší ještě několik dní před obřadem a odborníci je upraví nevěstě na míru podle její postavy, a to zdarma. Nevýhoda půjčoven: šaty měl již někdo na sobě, a i když jsou čisté a vyprané, někomu tato skutečnost může vadit.

Převážná většina salónů je schopna díky široké nabídce společenských oděvů zajistit oblečení nejen pro snoubence, ale i pro ostatní svatebčany. Další výhodou svatebních salónů spočívá v tom, že kromě již uvedených služeb poskytují další speciální servis související se zařizováním svatby. K nejběžnějším službám patří: výběr prstýnků, kytice, svatebního oznámení nebo ozdoby na svatební hostinu. Svatební agentury zajistí ještě k tomu dopravu, hostinu, kamerové a fotografické služby. Jsou schopni se o vše postarat.

### 3.2.2 Tkaniny, materiály

V 90. letech 20. století se začaly dovážet svatební šaty (dále jen SŠ) ze západních zemí. Byla to reakce na předchozí nedostatek vhodných materiálů a střihů. Dnes jsou šaty v půjčovnách sv. šatů nejčastěji ušity z těchto tkanin: satén, šifón, organza, tyl, taft a krajovina. Méně časté, ale též používané, jsou tkaniny: brokát, damašek, mušelín, žoržet, krepdešín a organtýn. Změny se projevily též i v barvách. Dříve pouze bílé šaty byly vystřídány champagne (šampaň) nebo barvou slonové kosti. Používají se výšivky v barvě červené, vínové, modré a v mnoha jiných pastelových barvách. Móda se také posunula k celobarevným živůtkům u dvoudílných šatů. Některé nevěsty si šaty kupují, a v tom případě chtějí šaty, jež pak použijí k dalším společenským příležitostem. Barevné šaty to splňují. U šatů platí úměra: čím zdobnější látka, tím jednodušší střih a zpracování. I když se pořádá svatba malá, při výběru materiálu na šaty se upřednostňuje kvalitní materiál a dobré zpracování. [5]

#### **Tkaniny:**

Satén: hustá tkanina v atlasové vazbě s hladkým a lesklým povrchem z jemnějších přízí. Název je odvozen z latinského seta - lesklý.

Tyl: lehká síťovaná tkanina.

Taft: hedvábnická tkanina v plátňové vazbě se čtvercovou dostavou, tužšího omaku s mírným kovovým leskem. Vyrábí se z přírodního hedvábí nebo viskóзовého multifilu v různých obměnách. Název je odvozen z italského taffeta – lesklý.

Šifón: hedvábnická, průhledná, velmi řídká tkanina měkkého omaku tkaná v plátňové vazbě z velmi jemných, ostře točených přízí, v malé dostavě. U šifonů je použito nití s S a Z zákruty ve střídání 2:2.

Organza: tkanina malé hmotnosti, tkaná v plátňové vazbě původně z přírodního hedvábí, dnes se vyrábí z chemických nekonečných vláken.

Brokát: hedvábnická lesklá, hustá tkanina velké hmotnosti z jemného přírodního hedvábí nebo chemických multifilů, tkaná žakárovou technikou. U jednobarevných brokátů je použito vícevazných atlasových vazeb se střídáním osnovních útkových efektů.

Damašek: hustě dostavená tkanina, často lesklá, vyrobená z jemných přízí, tká se žakárovou technikou v atlasových vazbách s velkoplošnými vzory.

Mušelín: hedvábnická tkanina v plátňové vazbě, velmi jemná, vzdušná, měkká s řídkou dostavou a malou plošnou hmotností. Vyrábí se z mírně točených přízí z přírodního hedvábí.

Žoržet: pružná hedvábnická tkanina, tkaná v plátňové vazbě s použitím hedvábnických nití s normálním zákrutem, ale se střídáním osnovních a útkových nití se zákrutem S a Z v poměru 2:2.

Krepdešín: hedvábnická, velmi jemná, průsvitná, jednobarevná nebo potištěná tkanina malé hmotnosti v plátňové vazbě. Má charakteristický krepový povrch vytvořený střídáním nití s S a Z zákrutem v útku v poměru 2:2. Vyrábí se z přírodního hedvábí, ale nejčastěji z polyesterového multifilu.

Organtýn: řídká tkanina o malé plošné hmotnosti v plátňové vazbě, vyrobená z málo točených přízí, které mohou pojmout velké množství škrobu. Tímto škrobem je tkanina silně vyztužena tak, že nemá téměř žádnou splývavost. [6]

Krajkovina: je vzdušná, průhledná plošná textilie (vzorovaná tkanina nebo pletenina) vytvořená vzájemnou vazbou několika soustav nití. [7]

### **Materiály:**

V luxusních svatebních salónech je možné si zapůjčit šaty, které mají určité části šatů ušity z hedvábí. Toto vlákno je často nahrazováno syntetickými vlákny, nejčastěji polyesterem.

Hedvábí: je přírodní vlákno, které vzniká jako produkt vyměšovacíh žláz housenek bource morušového. Motýl snese vajíčka, ze kterých se vylíhnou housenky, které vegetují na morušovém keři. Při zakuklování vyměšuje housenka ze žláz na hlavičce hmotu, která na vzduchu tuhne a vytváří kolem ní ze spleti vláček krunýř vejcovitého tvaru, tzv. kokon. Po usmrcení housenek parou a namočením kokonů do horké vody dochází ke smotávání vláken. Z kokonu se smotává tzv. surové hedvábí – grege (gréž), ze kterého se později odstraňuje povrchový sericin a získává se tak degumované hedvábí. Další operací je družení a úprava zatěžováním solemi těžkých kovů, pro lepší zpracovatelnost. Vlastnosti hedvábí jsou: jemnost, hebkost, pevnost, pružnost, šustivost, barva, lesk, tvárnost, dobrá barvitelnost a chladivý omak.

Polyester: je chemické vlákno ze syntetického polymeru. Polymer vzniká chemickou reakcí (polykondenzací) ze dvou vstupních komponent, ze kterých je vyroben polykondenzát, který se zvláknuje z taveniny do šachty, následně dlouží. Vznikají různě jemná, profilovaná, popřípadě bikomponentní vlákna. Polyester je relativně tuhé vlákno, zvyšuje tedy tuhost výrobku a snižuje jeho mačkavost. Má velmi nízkou sorpci. Další vlastnosti: tvarová stabilita, snadná údržba. Nejhorší vlastnost polyesterového vlákna je žmolkovitost, snadno také podléhá vzniku elektrostatického náboje, přitahuje prach a stoupá jeho špinivost. [8]

### 3.2.3 Drobná příprava

1. Drobná textilní příprava: zahrnuje všechny výrobky z textilních vláken potřebných k hotovení, zdobení i zpevnění oděvů. Pro SŠ se používají: šicí nitě, stužky, výztuž (pro zpevnění korzetu), krajky.
2. Drobná technická příprava: zahrnuje veškeré výrobky z pevných materiálů. Je určena zejména k zapínání a ozdobě oděvů. Pro SŠ se používají: knoflíčky, zdrhovadla, kostice, vlasec (používá se na dolní okraj sukně pro zvlnění). [9]

Způsoby zapínání: šňorování (nejčastější způsob používaný v půjčovnách), knoflíčky (nejčastěji drobné, potažené saténem nebo vrchovým materiálem), zdrhovadla (drobné, skryté, plastové).

Zdobení: flitry, perličky, korálky, vyšívání (ručně, strojově), krajky, kamínky, mašličky, kytičky (by měly být ze stejného materiálu jako svatební šaty).



saténová kytička



organzová kytička



našivací mašlička

**Obr. 2: našivací ozdoby na šaty [10]**

### 3.2.4 Rozdělení šatů

Nabídka šatů pro nevěsty je velmi široká. Každé šaty jsou v podstatě krásné, proto je velmi těžké vybrat právě ty šaty, které budou nevěstě nejvíce slušet. Nejdříve by měla rozhodnout, který střih šatů jí bude nejvíce vyhovovat.

Rozdělení šatů: (viz příloha č.2 obrázky a popis svatebních šatů)

**1. Korzetové šaty – skládají se z korzetu a sukně**

Korzet se skládá z vrchového materiálu, výztuže a podšívky. Do švů se vkládají kostice. V zadní části jsou vytvořeny očka ze stužky, do kterých se zachytí šňůrka pro zašněrování korzetu. Korzet může mít ramínka, rukávky (nebo spadlé rukávky na ramena), ale také může být uvázán kolem krku.

Sukně může být: áčková (obr.1), úzká (obr.2), rozšířená (obr.3), dílová, kolová (obr.4), půlkolová, čtvrtkolová.

**2. Šaty – střiženy v celku, nejčastěji používán princesový střih. V horní části přiléhá na tělo, v dolní části rozšířené (obr.5,6) nebo úzké (obr.7,8). Mohou být přestřiženy pod prsy, v pasové linii, v kolenní linii, v sedové části. Šaty mohou být krátké nebo dlouhé délky.**

**3. Kostým – se skládá ze saka a sukně, různé délky. Nebo to může být i kalhotový kostým (obr.9).**

Po té by měla nevěsta vyzkoušet všechny šaty v tom střihu jaký si vybrala, ve vhodné velikosti podle tabulky č.1. Záleží také na tom, jestli chce šaty bílé nebo barevné (obr.11,12), jednoduché nebo zdobené. Šaty jsou si velmi podobné, záleží tedy na detailech, které se jí budou nejvíce líbit. Pokud je svatba naplánovaná v zimních měsících, nesmí se zapomenout zapůjčit si pelerínu (obr.10).

**Tab. 1: velikosti svatebních šatů [11]**

VELIKOST	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54
PRSA	84	88	92	96	100	104	110	116	122	128	134
PAS	62	66	70	74	78	82	89	96	103	110	117
BOKY	90	94	98	102	106	110	116	122	128	134	140

**Harmonie páru:**

- Převyšuje-li ženich výrazně nevěstu, měla by volit jednodušší štíhlejší model prodlužující postavu, nejlépe splývavé šaty bez široké sukně. Jako účes je nejvhodnější drdol či vlasy vytažené do výšky, které lze ozdobit např. živými květy nebo dlouhým závojem. Kytice by měla být spíše jednodušší kompozice s delším stonkem, který opticky prodlužuje.

- Stejně velcí snoubenci: zde jsou na místě širší modely se sukní dole bohatě zdobenou, nižší podpatky, účes mít zdobený nikoliv na temeni hlavy, ale naopak v týlu. V květinách dát přednost drobnějším kvítkům.
- Je-li větší nevěsta než ženich: zde by bylo vhodné, aby se nevěsta více odhalila. Šaty, které budou opticky zmenšovat postavu, mohou být splývavé, dole rozšířené, ale ne moc. Důležité jsou drobnější detaily. Např. ramínka prádlového typu a odhalená ramena. Dobré jsou i krátké rukávy, vzorky na šatech, hlavně krajkové. Vlasy by měly být vytažené do drdolu nebo uzlu, ale na temeni hlavy. [12]

### 3.3 Doplnky

Nevěsta by měla vynikat nad všemi především tím, jak bude ladit se svým nastávajícím. Prádlo, punčochy, kabelka, rukavičky, šperky, čím větší dekolť, tím vyšší podpatky, jaký tvar dekoltu, takový tvar špiček bot. Je velmi náročné, aby nevěsta byla dokonalá!

Ke svatebních šatům, jako ke každému jinému oblečení, neodmyslitelně patří doplňky, které dokreslují celkový vzhled nevěsty, a proto se musí pečlivě promyslet. Základním doplňkem svatebního oblečení nevěsty je pokrývka hlavy - závoj. Nemusí zahalovat tvář jako kdysi. Může být v různých délkách: krátké délky nebo až na zem. Ale vždy musí vycházet z typu šatů. Čelenka se hodí ke všem šatům, kromě kalhotového kostýmu. Věnečky z látkových nebo pravých květin působí velmi romanticky. Vhodným doplňkem může být i klobouk, který by měl být vyroben ze stejného materiálu, který byl použit na šaty. Lze ho koupit nebo nechat vyrobit na zakázku, což je ovšem poněkud dražší záležitost. Za klasické svatební boty se považují bílé lodičky. Rozhodně praktický doplněk je malá společenská kabelka nebo váček. Ke krásným svatebním šatům patří i luxusnější spodní prádlo. Nesmí se zapomenout, že i v letních měsících by se měly nosit punčochy.

**Ostatní doplňky** jako úprava vlasů, make-up a ozdoby by měly být velmi pečlivě vybrány. Doporučuje se spíše střídmost. Mělo by platit staré pořekadlo, že v jednoduchosti je krása! V každém období roku je také nutno počítat s jiným svrchním oblečením. V létě stačí lehká pelerína či šál, popřípadě klobouk, ale v ostatních obdobích roku je třeba nasadit svrchník, rukavičky, klobouk nebo štolu.

**Závoj, věnečky a čelenky:** by se měly zásadně zkoušet ve svatebních šatech - jedině tak se pozná, které se nejvíce hodí. Při výběru se dbá na základní pravidla: čím delší a elegantnější jsou šaty, tím delší závoj. Kratší šaty naopak vyžadují kratší závoj. Velmi krátký závoj je přibližně dlouhý 50-60 cm, délka středně dlouhého závoje je asi 70 cm, dlouhý závoj může být od 2 metrů a více. [13]



velmi krátký závoj



středně dlouhý závoj



dlouhý závoj



čelenka

**Obr. 3: závoje a čelenka [14][15]**

**Vlečky:** se splývající vlečkou se nevěsty mohou cítit opravdu jako královny. Je pravdou, že délky vleček se od dob královny Viktorie poněkud zkrátily a někdy jsou dokonce odepínací (použití očka, háčků, patentů), ale přece jen k velkému obřadu patří.

#### Typy vleček:

- 1. Krátká** - nenápadná, je vlastně prodloužením zadního dílu sukně, ta splývá až na podlahu. Je vhodná pro malé rodinné svatby s obřadem v menší místnosti.



- 2. Chrámová** - dlouhá kolem metru, je velmi oblíbená při oficiálnějších svatbách, dobře se hodí do menšího kostela i na radnici. Je samonosná, což znamená, že nelze využít družičky, aby ji nesly, protože na to je příliš krátká.



- 3. Katedrální** - délka je více než metr a je určena pro větší svatby. S oblibou se užívají při královských svatbách. Je vhodná do velkých prostor, aby se mohla celá rozvinout. Nádherně vyniká např. na červeném koberci v katedrále,



na fotografiích na schodech, kdy se nevěsta při chůzi do schodů otočí dolů směrem k fotografovi. Tuto vlečku již mohou nosit družičky. [16]



**Obr. 4: vlečky** [16]

**Klobouk:** může být dalším vkusným doplňkem šatů nebo kostýmu.



**Obr. 5: klobouky** [10]

**Korunka:** nejen z briliantů. Celkem postačí, když je ze skleněných křišťálů. Vynikne na vyčesaném účesu, ale i na krátkých nebo volně splývavých vlasech.



**Obr. 6: korunky** [17]

**Ozdoby do vlasů:** doplní a ozdobí účes nevěsty. Může to být: ozdobný hřebínek, ozdoba na sponce nebo na drátku.



**Obr. 7: ozdoby do vlasů** [10]

**Prádlo:** nejdůležitější je si uvědomit, že nevěsta v prádle stráví celý svatební den. Proto by mělo být vyrobeno z takových materiálů, aby se v něm nevěsta cítila příjemně. Velkým hitem v nadcházející sezóně budou jemné volánky, vyšívání dírkové vzory, efekty řasení, sámkování, zdobení krajkou, jemné sametové výpustky, mašličky z odlišných, velmi jemných materiálů nebo například vázačky a šněrování. Barevnost

kolekcí světových tvůrců nabízí opravdu bohatou škálu barev a tónů, ze kterých si jistě vybere každá žena nejen pro svatební den, ale i do společnosti. Někdo by podotkl, co se dá na barvách změnit. Jsou to však především podtóny těchto barev, které na prádle hrají dokonalou hru. Nabízejí se tedy jemné zapudrované odstíny, jemné a velmi čisté pastely, například v růžovém, zeleném, šampaň a stříbřitě šedém zabarvení. Stále oblíbená je ale hedvábná, bílá či barva slonové kosti v lesklém provedení. Pro společenské příležitosti jsou většinou voleny velmi jemné materiály, jako je například satén, hedvábí, voály nebo krajky, zpět se vracejí i takové materiály jako jsou jemné batisty a mušelíny, nebo jemné bavlněné tkaniny. Tyto materiály jsou i nadále středem zájmu, neboť prádlo s příměsí elastických vláken je nejen funkční, ale každá žena se v něm cítí jako ve své druhé kůži. [18]



**Obr. 8: spodní prádlo [17]**

**Punčochy:** základní pravidlo: barva punčoch by měla ladit s barvou šatů.

Jednotka DEN (označení na krabičce) = značka pro tloušťku punčochových kalhot

5 - 12 deniérů - tenké, vhodné pro letní období

12 - 30 deniérů - středně silné, vhodné pro ostatní období v roce

30 - a výše deniérů - pro zimní období [12]



**Obr. 9: punčochy [15]**

**Boty:** dnes je už možné si u nás nechat ušít boty přímo na míru. A to rovnou z materiálů, z kterých jsou svatební šaty. Tradice jsou dnes již za námi a nosí se v podstatě vše, co si lze představit. Mohou to být jednoduché elegantní lodičky z jemné kůže, které se využijí i po svatbě, ale také romantické balerinky. Boty mohou být zdobeny květinami, korálky, kamínkami. Při výběru tvaru a podpatků je důležité myslet na to, kde se bude svatba odehrávat. Zda bude nevěsta chodit po historické dlažbě s velkými dírami či na měkkém koberci. Výška podpatku by měla být v souladu se stylem šatů.



**Obr. 10: boty [19]**

**Rukavičky:** nepatří do povinné výbavy, ale nevěsty si je často vybírají jako krásný doplněk ke svým šatům. Z materiálů je nejvíce oblíbená krajka, hedvábí a jemná kůže. Mohou být hladké hedvábné, ozdobené korálky, vyšívání, a nebo s malými mašličkami. Nevěsty by se měly řídit pravidlem, čím víc jsou odhalená ramena, tím by rukavičky měly být delší. Důležité je, aby byly v barvě šatů. Rukavičky mohou být různé délky, od 20. do 50. cm, mohou být uchycené za prst nebo celé prstové.



**Obr. 11: rukavičky [15]**

**Kabelky:** jsou součástí výbavy nevěsty, vhodnější pro civilní sňatky. Jsou spíše menší, nenosí se v ní doklady, rtěnka nebo pudr. Do kabelky si nevěsta dá pouze kapesníček. Může to být klasická pompadúrka z materiálu šatů, saténová, zdobená vyšívkou a korálky. Rozhodně kabelka nepatří do kostela. Tam se nosí maximálně sáček v barvě oděvu, aby splýval s pozadím a příliš nevystupoval do popředí.



**Obr. 12: kabelky [15]**

**Šperky:** v první řadě by neměl být žádný šperk na ruku, kromě zasnubního prstenu nošeného na pravé ruce. Levá musí být volná pro svatební prsten. Platí střídmost ve špercích nevěsty. Nosí se drobnější vzory, oblíbené jsou především zirkony, bílé zlato, perly, diamantky nebo žluté zlato. Ani luxusní bižuterie není v dnešní době odmítána. [12]



**Obr. 13: šperky [15]**

### 3.4 Módní trendy

Každá nevěsta si přeje mít na sobě šaty, které budou něčím výjimečné. Vědí to i módní návrháři, kteří na každou sezónu připravují nejedno překvapení, které se týká nejen střihů, ale i materiálů. Co se týče barevnosti, sněhobílá nezískala svoje prvotní postavení. Stále víc se na přehlídkových molech objevují nevěsty ve zlatých, stříbrných, světle béžových, smetanových a krémových odstínech a jejich vzájemných kombinacích. Jednoznačným hitem pařížské módy se stala červená a tyrkysová. Neobyčejné, výrazné barvy najdeme nejen na svatebním oblečení, ale také na špercích. Dominantní barevnost mají náušnice, náhrdelníky, ozdoby do vlasů, ale také kytice. V materiálech dominuje lesklý a splývavý hedvábný satén, v pololesklé nebo matné úpravě, šifón, benátský damašek, organzín, ale například i vyšívaný tyl. Novým zajímavým prvkem je úplet, který je absolutním hitem sezóny.

Trendem dnešní doby jsou šaty, které jsou prakticky bez rukávů. Dnešní móda spočívá v korzetu nebo v živůtku s otevřeným dekoltem a spadlými ramínky. Pokud rukávy jsou, tak jsou v zajímavém provedení dlouhého střihu z organzy nebo splývavého tylu. Mnohdy jsou zakončené do zvonu. Pokud nechce jít nevěsta s odhalenými rameny, některé varianty šatů nabízejí kabátek z průsvitného materiálu s rukávy. Můžeme též vidět lehounké kabáty kopírující délku sukně. Lze tedy říct, že šaty se velmi zjednodušily, střihy i zdobení jsou velmi decentní. Dnes nevěsty žádají hlavně korzety, proto se navrhuje šaty, které mají všitou podprsenku do živůtku. Za studeného počasí, obzvláště v zimě, jsou vhodná bolerka z látky nebo kožešiny, peleríny ze sametu, vše samozřejmě v dobře sladěných barvách. [5][18]

## **4. Analýza konkurenčního prostředí**

### **4.1 Konkretizace výzkumu**

Výzkum konkurence představovalo shromažďování údajů o prodejnách, které půjčují svatební oblečení pro nevěsty. Zmapování současné nabídky svatebních šatů probíhalo v Jablonci nad Nisou a Liberci, v měsíci březnu roku 2006. Výzkum se setkal spíše s neochotou prodávajících poskytovat informace. Zjišťována byla následující hlediska:

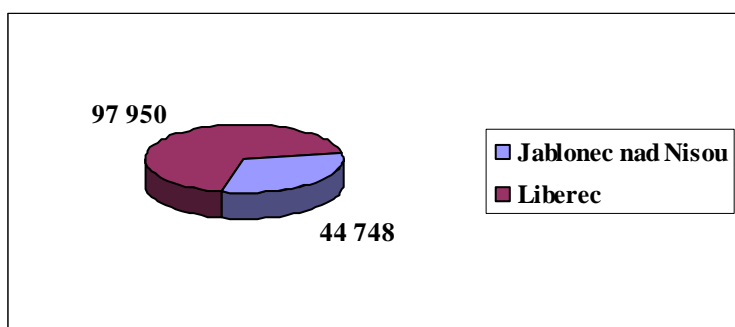
- Sortiment prodejny (hlavní a doprovodný prodej)
- Cenová úroveň sortimentu
- Počet svatebních šatů pro nevěstu
- Způsob pořízení šatů do prodejny, materiály, barvy, úprava šatů
- Další služby spojené se svatbou
- Umístění prodejny a propagace
- Prostor prodejny (prostornost, dojem)
- Obsluha

Zdrojem informací byly internetové stránky, ale hlavně výzkum v prodejnách a dotazování personálu.

### **4.2 Představení jednotlivých měst**

Pro porovnání situace v jednotlivých městech byla zjištěna data o počtu obyvatel, o rozloze města, data o míře nezaměstnanosti, o průměrné měsíční mzdě a počet sňatků uzavřených v minulém roce. Data o počtu obyvatel a rozloze slouží k vytvoření představy o velikosti města. Z dat o míře nezaměstnanosti lze dedukovat, kolik lidí je evidováno na úřadech práce a dostává od úřadu podporu v nezaměstnanosti. Údaje o průměrné měsíční mzdě ilustruje možnost lidí daného města investovat do sebe. Pokud je tato mzda vyšší, mohou si lidé dovolit více utratit. Počet sňatků vypovídá o tom, jaká je poptávka lidí v daném městě uzavřít manželství.

V grafu č.14 je uvedeno porovnání počtu obyvatel jednotlivých respondovaných měst.



**Obr. 14: počet obyvatel ve městech k 31.12.2005 [20]**

#### **Jablonec nad Nisou:**

Jablonec nad Nisou spadá do Libereckého kraje a s téměř 50 000 obyvateli je správním, kulturním i sportovně rekreačním střediskem Jizerských hor. Rozloha okresu Jablonec nad Nisou je  $402 \text{ km}^2$ . Míra nezaměstnanosti k 28.2.2006 činila 6,47 %. Průměrná měsíční mzda v Kč (2005) byla 16 298. Počet sňatků uzavřených v roce 2005 byl 433. Jablonec je vzdálen cca 12 km od města Liberec. [20][21]

#### **Liberec:**

Liberec je jedním z nejseverněji položených měst v České republice. Rozloha okresu Liberce je  $925 \text{ km}^2$ . Míra nezaměstnanosti k 28.2.2006 činila 8,28 %. Průměrná měsíční mzda v Kč (2005) byla 17 688. Počet sňatků uzavřených v roce 2005 byl 949. [20]

### **4.3 Vybrané konkurenční salóny**

Svatební salón Diana, pro který byl tento výzkum prováděn, se nachází v centru města Jablonce nad Nisou. Zde začal výzkum konkurenčního prostředí. Ve městě se nachází další dva svatební salóny. A to salón INFORM v ulici Komenského a salón NEXYA na Anenském náměstí, oba též v centru města. Nabídka svatebních šatů v Jablonci nad Nisou představuje tedy tři svatební salóny.

Dalším městem, kde byl prováděn výzkum, bylo město Liberec. Zde je nabídka podstatně větší. Nejdůležitější oblastí bylo centrum města, kde je nejvíce salónů.

Velmi luxusní je salón PRONUPTIA DE PARIS, který se nachází v ulici 5. května. Těmi nejhlavnějšími obchodními tepnami v Liberci jsou bezesporu ulice Pražská a Moskevská, které vedou od náměstí E. Beneše k nákupnímu domu Tesco. V ulici Pražská se nachází blízko sebe dva svatební salóny: salón DION a salón INFORM. V ulici Moskevská, v paláci Koruna je umístěn salón ANGELIKA a v dolní části ulice, naproti nádraží MHD, je salón NICOLETA. Nedaleko tohoto salónu, cca 300 metrů, v ulici Na Perštýně, je salón BARUNKA. Mimo centrum města se nachází salón BELLA, který je v ulici Hanychovská.

#### 4.3.1 Jablonec nad Nisou

##### Svatební salón INFORM JABLONEC

Je největším konkurentem salónu Diana v Jablonci nad Nisou a nachází se od něj cca 300 metrů. Patří k největším salónům v Libereckém kraji. Zaujímá velký podíl na trhu, jeho další pobočky jsou v Liberci a v Ústí nad Labem. Salón se nachází



v druhém patře domu, bez výtahu. Před domem je umístěna figurína ve svatebních šatech. Tímto způsobem je řešena propagace, neboť salón nemá výlohu. Prostředí prodejny působí příjemně. Jedná se o jednu velkou místnost, kde je vystaveno 100 svatebních šatů, různých velikostí a střihů. Nachází se zde velká kabinka a zrcadlo, takže nevěsta má dostatek místa pro vyzkoušení šatů. Nejčastější materiály šatů pro nevěstu jsou satén, taft, šifón a šantung.

**Obr. 15: salón INFORM** Barva šatů: klasická bílá, dále nejčastěji krémová, růžová a modrá. Šaty jsou většinou do prodejny pořízeny koupí. Úprava šatů je zdarma. Rozmezí cen je od 2 700 do 6 900 Kč na 2-5 dní. K zapůjčení jsou též doplňky a to: závoje, šperky, kabelky, obuv, deštníky, peleríny. Drobné kytičky, perličky nebo sponky si zde nevěsta může zakoupit. Rukavičky a spodnice poskytuje k šatům zdarma. Salón dále zapůjčí pánské obleky, společenské a dětské šaty. Zajistí snubní prsteny, svatební oznámení, ozdoby na auta nebo na svatební hostinu a fotografování s následným zasláním na emailovou adresu. Každý měsíc salón poskytuje slevy a dodává nové zboží do prodejny (např. šaty, obuv, závoje). Obsluha byla příjemná, ale netypická - pánská. Webové stránky salónu jsou [www.svatba-saty.cz](http://www.svatba-saty.cz).



### Svatební salón NEXYA

Tento salón z převážné části svatební šaty prodává. Pro salón Diana nepředstavuje velkou konkurenci, neboť nabízí šaty jiným způsobem než zapůjčením. Místo prodejny



je velmi dobře zvoleno - v centru města, a jako jediný v Jablonci má svojí výlohu. Prodejna se nachází v přízemí a pokračuje též do prvního patra. Šaty jsou zde vystaveny na figurínách, což působí přehledným a upraveným dojmem. K půjčení je zde kolem 20 šatů, zbylé šaty jsou k prodeji. Nejčastější materiály: šifón, tyl, taft, krepdešín. Barva šatů je převážně bílá, dále šampaň, růžová a modrá. Ceny šatů k zapůjčení se pohybují od 1 000 do 2 000 Kč.

**Obr. 16: salón NEXYA** V ceně je zahrnuta úprava šatů zdarma. Další nabídka zahrnuje prodej společenských a dětských šatů, pánské obleky, rukavičky, závoje, ozdoby do vlasů, pelerínky. Na webových stránkách salónu [www.nexya.cz](http://www.nexya.cz) je nabídka šatů, ale pouze těch, které jsou určeny k prodeji. Výzkumem nebylo možno získat více informací, neboť prodávající byla neochotná.

### **4.3.2 Liberec**

#### Svatební salón PRONUPTIA

Salon má velmi dobrou polohu a pro řadu zákaznic je velmi známý. Je to luxusní svatební salón, který má již na první pohled pěkně aranžovanou výlohu, což přiláká řadu zákaznic. Další pobočky salónu jsou po celé České, ale také Slovenské republice.



Šaty jsou navrhovány, předními francouzskými návrháři, různých zajímavých střihů a vzorů. Po vstupu do prodejny se však zákazník může cítit stísněně, neboť obchod se vyznačuje velmi malým prostorem. Ten byl ale zvolen na úkor další místnosti, kde si mohou zákaznice vyzkoušet šaty, ale až po vyzutí obuvi. Je zde též místo pro odpočinek nebo prohlédnutí katalogů. Svatební šaty (dále jen SŠ) jsou zde rozděleny podle barev. Nalevo jsou barevné (nejčastější

**Obr. 17: PRONUPTIA** barvy: šampaň, krémová, růžová, vínová, oranžová). Napravo jsou bílé šaty. Počet SŠ na prodejně a nejčastější materiály se nepodařilo zjistit. Rozmezí cen je od 4 500 – 8 000 Kč. Úprava šatů je zdarma. Co se týče dalšího sortimentu, který lze zapůjčit, jsou to: pánské obleky, společenské šaty, dětské šaty

(od 2 do 14 let), závoje, rukavičky, pelerínky, pompadůrky, ozdoby do vlasů, bižuterie. Lze zde zakoupit spodní prádlo, punčochové zboží, podvazky, pro svatební den různé ozdoby a doplňky. Salón na zakázku zajistí svatební oznámení, zásrubní a snubní prstýnky. Tento salón má velmi dobře zvolenou propagaci. Má velmi pěkné webové stránky [www.pronuptia.cz](http://www.pronuptia.cz), pořádá pravidelně módní přehlídky na výstavách v Praze a v Brně, ale i na Miss v různých regionech. Vydává také svůj magazín. Závěrem je nutné říci, že obsluha v této prodejně je ochotná, milá a připravená, a ta je tomuto salónu dobrou vizitkou. (viz příloha č.2, obr.1,2,5,9,11,12 ukázka svatebních šatů)

### Svatební salón BELLA

Je největší svatební salón v Liberci. Sice jako jediný se nachází mimo centrum města, ale do této oblasti je velmi dobrý spoj městskou hromadnou dopravou. Zákazníky již z dálky upoutá velká výloha, kde je vystaveno sedm SŠ, v další menší výloze jsou



vystaveny společenské šaty. Prostor prodejny je velký, největší ze všech salónů ve městě. Působí příjemným, uspořádaným dojmem. Prodejna se skládá ze tří místností. V první, vstupní, největší místnosti jsou přehledně vystaveny svatební šaty, jejich počet se pohybuje okolo 100 kusů. Ve druhé místnosti jsou společenské šaty a pánské obleky.

**Obr. 18: salón BELLA**

Ve třetí místnosti je dětské oblečení a prostorné kabinky pro vyzkoušení šatů. Pořízení SŠ do prodejny se uskutečňuje většinou koupí. Šaty jsou ušity nejčastěji ze saténu, tylu a organzy. Kromě barvy bílé, která převažuje, jsou použity barvy: šampaň, modrá, růžová. Díky dalším čtyřem pobočkám, které se nachází po České Republice, salón zajistí většinu modelů až ve čtyřech velikostech (i pro těhotné), vždy po domluvě předem s personálem. Cena za půjčení šatů se pohybuje od 3 500 do 11 000 Kč. V ceně je též zahrnuta úprava tj. zkrácení, zúžení, rozšíření šatů. Dále si zde lze zapůjčit: společenské a plesové šaty, závoje, korunky, rukavičky, peleríny, střevíčky, pánské obleky, košile, vesty, chlapecké obleky, šatičky pro družičky, dětské doplňky, ozdoby na auta. Zakoupit lze: svatební a plesovou bižuterii, spodní prádlo, ozdoby do vlasů, podvazek, střevíčky, ozdoby na dorty, stuhy, košile a alba. Salón zajistí: kytice, prsteny, oznámení. Propagace prodejny: velmi kvalitní webové stránky [www.salonbella.cz](http://www.salonbella.cz), katalog s fotkami šatů, též pořádá módní přehlídky. Personál salónu byl velmi příjemný. (viz příloha č.2, obr.3,6,7,8 ukázka svatebních šatů)

### Svatební salón ANGELIKA

Patří mezi salóny lepší kategorie. Nachází se v 2. patře obchodního paláce Koruna. Ze strany obchodního domu je výloha, kde jsou vystaveny dvojice šaty. Jedny šaty jsou vystaveny uvnitř objektu. Prostor salónu je poměrně velký a přehledný. Většina šatů je umístěna na figurínách, což umožňuje nevěstě si šaty pečlivě prohlédnout. Nabídka zahrnuje 100 kusů šatů, pořízených do salónu koupí. Šaty jsou nejčastěji ušity ze saténu, taftu, šifónu a organzy. Barevné provedení šatů je rozmanité: bílá, šampaň, krémová, nugát, vínová a hnědá. Úprava šatů je též v ceně zapůjčení. Rozmezí cen se pohybuje od 1000 do 8 000 Kč.



Tento salón je jeden z mála, který nepůjčuje společenské šaty, **Obr. 19: ANGELIKA** ani pánské obleky. Zaměřuje se pouze na svatební a dětské šaty. Nevěsta si může zapůjčit závoj, bižuterii, vlasové ozdoby a různé doplňky k šatům. Salón zajistí svatební oznámení, snubní prsteny a vazbu květin. Od konkurence se salón liší tím, že si nevěsty mohou SŠ na objednávku zakoupit (doba dodání 2 – 3 měsíce). Propagace zahrnuje velmi pěkné webové stránky [www.angelika-liberec.cz](http://www.angelika-liberec.cz). Obsluha v prodejně byla příjemná.

### Svatební salón INFORM LIBEREC

Tento salón upoutá pozornost zákaznic figurínou ve svatebních šatech před domem. Prodejna se nachází ve 2. patře. Prostor salónu je rozdělen na více místností. V jedné



místnosti jsou společenské šaty a pánské obleky. V druhé, samostatné a prostorné místnosti, jsou SŠ. Mezi těmito místnostmi je chodba s posezením pro čekající doprovod, či další zákaznice. Co se týče barev šatů, materiálů, ceny a služeb, nabídka je stejná jako v salónu v Jablonci nad Nisou. Počet svatebních šatů na prodejně se nepodařilo zjistit, ale dá se říci, že nabídka šatů a doplňků je velmi bohatá, větší než v Jablonci. Webové stránky salónu jsou

**Obr. 20: salón INFORM** [www.svatba-saty.cz](http://www.svatba-saty.cz). Obsluha byla neochotná.

### Svatební salón DION

Prodejna je velmi dobře umístěna. Dá se říci, že má nejlepší pozici ze všech salónů v Liberci. Pozornost zákaznic upoutá výloha s vystavenými šaty. Ale vlastní prostor



prodejný je netypicky vyřešen. Do salónu se vchází přes zlatnictví, po strmých točitých schodech do prvního patra. Prodejna je velmi malá, stísněná, neboť uprostřed prodejny je volný prostor, jimž lze sledovat dění ve zlatnictví. Pro bezpečnost je umístěno zábradlí. Okolo celé prodejny, při stěnách, je vystaveno na ramínkách 90 svatebních šatů. Mezi těmito šaty a zábradlím

**Obr. 21: salón DION** je malá ulička. Na úkor malé prodejny jsou zde dvě vcelku velké kabinky. Všechny šaty byly do salónu zakoupeny. Z materiálu převažuje satén a organza. Barva šatů, kromě klasické bílé, je růžová, modrá, vínová a krémová. Úprava šatů je zdarma. Cena se pohybuje od 1 500 do 3 500 Kč. Doplnující nabídka zahrnuje zapůjčení společenských šatů, oblečení pro družičky, panenky na auta, v menší míře pánské obleky, prodej společenských šatů, spodního prádla a závoje. Též zajistí i svatební oznámení. Propagaci salónu představují jednodušší webové stránky [www.saty.kvalitne.cz](http://www.saty.kvalitne.cz). Obsluha byla příjemná, ale nesdílná v poskytování informací.

### Svatební salón NICOLETA

Před domem, ve kterém se nachází salón, jak je vidět na obr. 22, je umístěna figurína ve svatebních šatech a poutač nad dveřmi. Přístup do salónu je obtížnější, a to nejen z důvodu schodů, ale také díky tmavé přístupové chodbě. Po vstupu do prodejny vejde do malé chodbičky. Po pravé straně je místnost, kde je vystaveno okolo 100 svatebních šatů, nachází se zde i kabinka a velké zrcadlo. Po levé straně je místnost s pánskými obleky a velká pohovka se stolkem pro odpočinek doprovodu. Šaty pro nevěsty se do salónu kupují, nejčastěji z materiálů: satén, tyl a organza. Barva šatů převažuje bílá, v menší míře šampaň a pastelové



**Obr. 22: salón NICOLETA**

barvy. Rozmezí cen šatů je od 3 000 do 6 000 Kč. Úprava šatů je zdarma. Salón nejen, že půjčuje zmíněné SŠ a pánské obleky, ale také oblečení pro družičky, doplňky

pro nevěsty a ozdoby na auta. Zajistí též svatební oznámení. Tato prodejna je jedna z mála, která nemá webové stránky. Obsluha byla nesdílná v poskytování informací.

### Svatební salón BARUNKA

Z obr. 23 lze říci, že se nejedná o luxusní salón. Spíše naopak. Sice je salón nedaleko centra města, ale propagace před domem není moc příznivá – figurína ve špinavých



šatech a 2 informační tabule. Výhodou salónu je dobrá dostupnost, nachází se v přízemí, ale nevýhodou je malý prostor prodejny. Počet svatebních šatů pro nevěstu je na prodejně okolo 80 kusů a jsou pořízeny koupí. Nejčastější materiály: satén, tyl, šifón. Barva šatů je nejvíce bílá, dále šampaň, mocca a růžová. Šaty je možno zdarma

**Obr. 23 salón BARUNKA** upravit dle postavy zákaznice. Cenová relace se pohybuje od 1000 do 5 000 Kč. Salón dále půjčuje společenské šaty, v menší míře pánské obleky, oblečení pro družičky a chlapce. Zajistí zásnubní a snubní prsteny, svatební oznámení. Je možno zde zakoupit společenské šaty, šaty pro družičky, závoje, vlasové ozdoby a bižuterii. Prodejna nemá své webové stránky. Prodávající z tohoto salónu byla nepříjemná.

## 4.4 Výsledky pozorování

Cílem tohoto výzkumu bylo zjistit postavení salónu Diana na konkurenčním trhu. Jako největší konkurenci v Jablonci nad Nisou z hlediska výběru šatů, prostornosti, poskytování služeb a zajímavostí, lze považovat svatební salón INFORM. Naproti tomu salón NEXYA, nepředstavuje pro salón velkou hrozbu, neboť svatební šaty jsou z velké části určeny k prodeji a nabídka poskytovaných služeb není rozmanitá. V sousedním městě Liberci je konkurence již veliká. Svatební salóny by se zde mohly rozdělit do tří skupin. V první skupině jsou ty lepší, luxusnější, sem můžeme zařadit salón BELLA, PRONUPTIE a ANGELIKA. Tyto prodejny mají velmi pestrou nabídku šatů, co do střihů, materiálů a barev, samozřejmě na úkor vyšší ceny. Do druhé skupiny, tzv. pěkných salónů, lze zařadit i náš salón Diana, dále sem patří salón INFORM, DION a NICOLETA, jejichž nabídka šatů a služeb je též rozmanitá. Nejsou však

navrženy předními návrháři, propagace není také tak velká a cena je nižší. Do poslední skupiny byl zařazen salón BARUNKA, jehož prostředí, nabídka a obsluha není na dostatečné úrovni v porovnání s ostatními.

Současným trendem se také stává, že svatební salóny poskytují novomanželům veškeré služby spojené se svatbou. Nepůjčují jen svatební šaty, ale také pánské obleky, oblečení pro družičky a chlapce, společenské šaty, různé doplňky, zajistí svatební oznámení, prsteny, vázání kytic, fotografování, ozdoby na auta a na svatební tabuli. Všechny tyto služby poskytuje salón Diana. Ale jsou i některé salóny na trhu, které nenabízejí všechny tyto služby, jsou to např. salóny NEXYA a ANGELIKA. Jistou samozřejmostí pro všechny salóny je úprava šatů zdarma.

V porovnání s ostatními salóny lze říci, že salón Diana patří mezi velmi pěkné salóny. Sice má malý prostor prodejny a propagace není tak velká, ale má několik velkých výhod oproti konkurenci. Jako jediná na konkurenčním trhu se zabývá šitím svatebních šatů na zakázku, podle návrhu zákaznice. Součástí prodejny je oprava a úprava oděvů, nejen svatebních. Dále poskytuje možnost využití solária. Nemalou výhodou je velmi dobré umístění prodejny v centru města na hlavní třídě.

Co se týče šatů, a to konkrétně materiálů a barev, má salón podobnou nabídku jako konkurence v tzv. pěkných salónech.

Ve svatebních salónech je také rozhodující pracovní doba. Většina salónů v Liberci má otevřeno v pracovních dnech od 9 hod. do 18 hod. V Jablonci nad Nisou si salóny tímto nekonkurují, všechny mají od 9 hod. do 17 hod. V sobotu má většina salónů otevřeno od 9 hod. do 12 hod.

## 5. Marketingový výzkum poptávky

### 5.1 Cíl výzkumu

Cílem výzkumu bylo zjistit názory a požadavky nevěst při výběru svatebních šatů. A to konkrétně: kdy začaly vybírat svatební šaty, kolik svatebních salónů navštívily, co bylo pro ně důležité při výběru, co upřednostňovaly, co je ovlivnilo a kde se inspirovaly. V neposlední řadě též jak hodnotí nabídku na libereckém a jabloneckém trhu.

### 5.2 Výběr vzorku respondentů

Velikost vzorku byla stanovena na 30 dotazovaných nevěst. Byly určeny dvě podmínky při výběru:

- První podmínka: nevěsty se vdávaly v druhé polovině loňského roku 2005 nebo v tomto roce 2006.
- Druhá podmínka: místo bydliště dotazovaných nevěst bylo ve městě Jablonec nad Nisou nebo v Liberci a jeho okolí.

### 5.3 Metoda sběru dat

Data byla sbírána metodou primárního výzkumu. Tedy získávání zcela nových informací ve formě písemného dotazování. Průzkum probíhal od měsíce ledna do měsíce dubna roku 2006. Osoba provádějící výzkum oslovila respondenty, na které získala kontakt od svých známých, spolužaček, rodiny a přátel. Některé kontakty získala přímo v salónech.

Dotazník obsahuje *data o subjektu*, týkající se předmětu a cíle výzkumu (otázky 1-14 v dotazníku) a *klasifikační data* (otázky 15-16 v dotazníku), tedy informace o respondentovi jako např. věk a bydliště.

V dotazníku byly pokládány následující typy otázek:

- **Uzavřené otázky** – předpokládají se pouze dvě možnosti, odpovědi: ANO nebo NE. Respondent si vybírá jednu z možností, která mu nejvíce vyhovuje.
- **Otevřené otázky** – respondent napíše co si myslí o dané problematice.
- **Otázky vícenásobného výběru** – nabízejí se možnosti různých odpovědí, respondent označí jednu nebo více odpovědí, které se nejvíce ztotožňují s jeho názorem. Pro úplnost výčtu byla uvedena jako poslední možnost volby varianta „JINÉ“. [22]

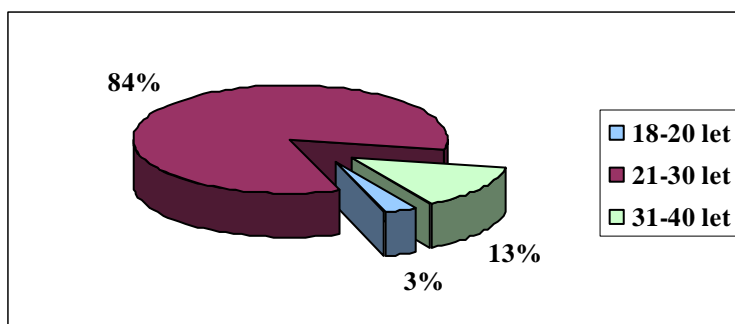
Po sestavení dotazníku byl proveden předvýzkum, jehož úkolem bylo ověření srozumitelnosti, délky a úplnosti všech variant ve výběrových otázkách. V některých místech byl dotazník opraven a doplněn. Poté již následoval samotný výzkum, a to již v konkrétním čase a u osob výše uvedených.

## 5.4 Vyhodnocení dotazníků

Tato kapitola je věnována rozboru jednotlivých otázek a odpovědí dotazovaných nevěst. Pro analýzu byla zvolena grafická podoba pro lepší představivost. Následující analýza je rozdělena do dvou částí. První část vyhodnocuje obecné charakteristiky respondentů. Druhá část se zabývá názory a požadavky při výběru svatebních šatů. (*ukázka struktury dotazníku viz příloha č.3*)

### 5.4.1 Obecné charakteristiky respondentů

Otázky, které zjišťovaly tyto údaje byly položeny na konci dotazníků v otázce číslo 15 a 16. Pro lepší představivost o respondentovi jsou uvedeny na začátku vyhodnocení.

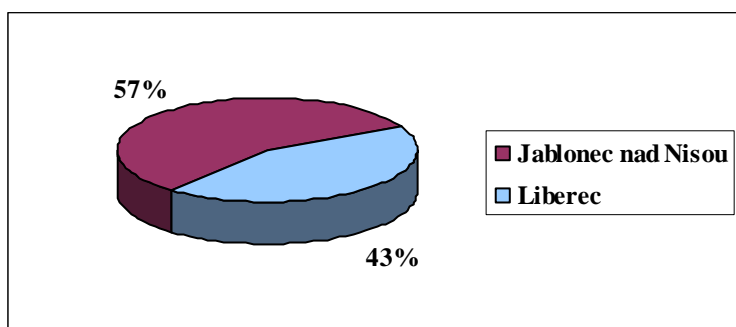


Obr. 24: věková kategorie respondentů



*Komentář:*

Jak již bylo uvedeno, počet dotazovaných nevěst byl 30. Toto číslo představuje tedy 100 %, což platí i v ostatních grafech. V dnešní době se většina žen vdává mezi 20. a 30. rokem, tato skutečnost se projevila též ve výzkumu. Věk dotazovaných žen se v 84 % pohyboval v rozmezí 21-30 let. Dále ve věkové kategorii 18-20 let byly pouhé 3 % a mezi 31-40 lety bylo 13 %. Respondenty v dalších věkových kategoriích se nepodařilo oslovit.



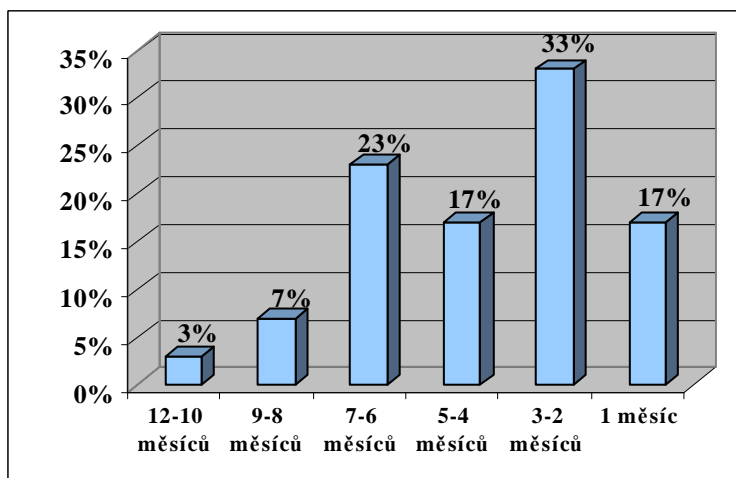
**Obr. 25: bydliště respondentů**

*Komentář:*

Z grafu č.25 je patrné, že respondenti byli z převážné části z Jablonce nad Nisou, a to 57 %. Zbýlých 43 % bylo z Liberce.

### 5.4.2 Svatební šaty

**Otázka č.1**

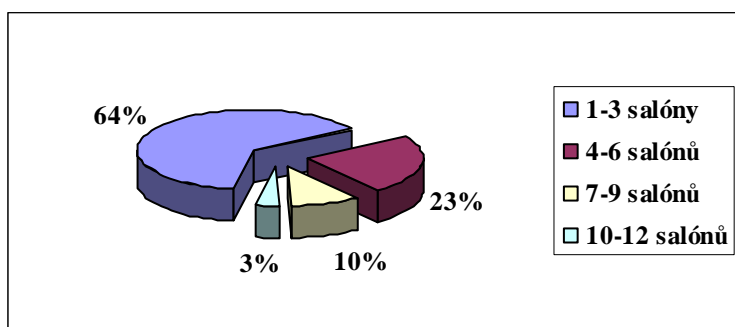


**Obr. 26: Kdy jste začala vybírat svatební šaty?**

*Komentář:*

Osa x představuje počet měsíců před svatbou, kdy si nevěsta začala vybírat svatební šaty. Graf č.26 ukazuje, že nejčastější doba pro výběr šatů je 3-2 měsíce předem (33 %). Dále 7-6 měsíců předem uvedlo 23 %. Stejnou hodnotu 17 % měla odpověď 5-4 měsíce a 1 měsíc předem. Menší procento respondentů uvedlo odpověď 9-8 měsíců (7 %) a 12-10 měsíců (3 %).

**Otázka č.2**



**Obr. 27: Kolik svatebních salónů jste navštívila?**

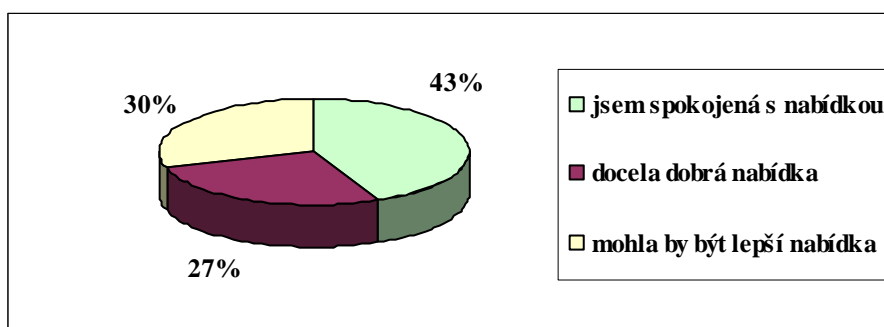
*Komentář:*

Graf č.27 znázorňuje, že převážná část nevěst (64 %) navštívila 1-3 salóny. Dalších 23 % nevěst uvedlo 4-6 salónů, 10 % 7-9 salónů a nejméně jen 3 % uvedlo 10-12 salónů. Odpověď 13 a více salónů neuvedl žádný respondent.

**Otázka č.3: Z toho kolik svatebních salónů bylo?**

Tato otázka navazovala na tu předchozí. Respondenti mohli vybrat ze tří odpovědí a uvést počet navštívených salónů v místě bydliště, mimo okres, mimo kraj. V místě bydliště byly navštíveny svatební salóny 98krát (30 nevěst), mimo okres 12krát (6 nevěst) a mimo kraj jen 3krát (1 nevěsta). Tato otázka byla zařazena z důvodu, aby si salón Diana vytvořil představu, v jakém místě nevěsty vybírají šaty a kam jsou ochotny se na ně zajet podívat.

#### Otázka č.4

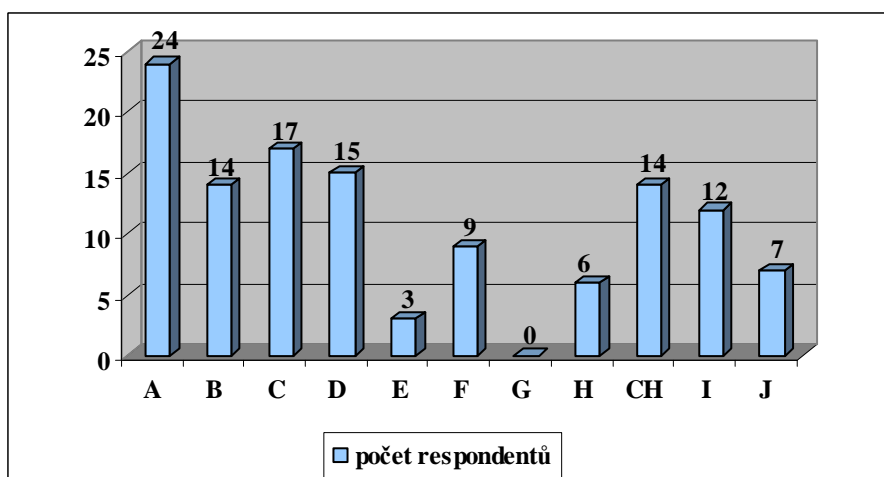


Obr. 28: Jak by jste hodnotila nabídku svatebních šatů na libereckém a jabloneckém trhu?

#### Komentář:

Zjištění spokojenosti či nespokojenosti s nabídkou SŠ byla jedna z nejdůležitějších otázek tohoto výzkumu. Nejvíce respondentů (43 %) odpovědělo, že je spokojeno s nabídkou. Dalších 30 % uvedlo, že nabídka by mohla být lepší. Tím vyjadřují, že nabídka tu sice je, ale není zcela uspokojující. Zbýlých 27 % respondentů si myslí, že je docela dobrá nabídka. To, že tu je velmi špatná nabídka, nevedl nikdo.

#### Otázka č.5



Obr. 29: Co je pro vás důležité při výběru šatů?

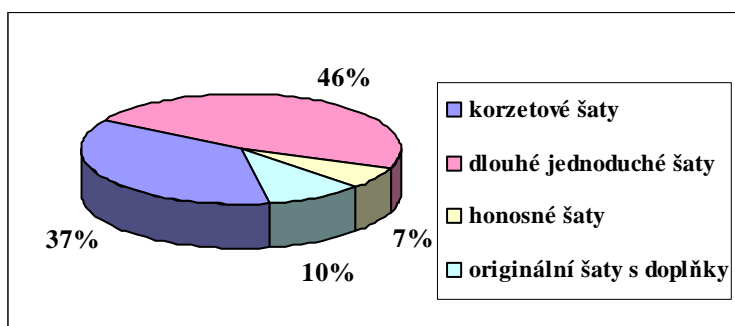
#### Vysvětlivky:

- |  |                            |
|--|----------------------------|
| A.....střih                              | G.....výrobce              |
| B.....materiál                           | H.....prostředí prodejny   |
| C.....barva                              | CH.....úprava šatů na míru |
| D.....módnost                            | I.....personál             |
| E.....rozsáhlý velikostní sortiment      | J.....nabídka doplňků      |
| F.....široký výběr nabízeného sortimentu |                            |

### *Komentář:*

Respondenti měli možnost vybírat z poměrně velkého počtu možností a mohli zvolit i více odpovědí. Pro lepší přehlednost graf č.29 není vyjádřen v procentech, ale v počtu respondentů. Celkový počet respondentů bylo 30. Ze všech vypsanych veličin je pro 24 respondentů nejdůležitější při výběru šatů střih. Pro 17 respondentů je druhá nejdůležitější veličina barva. Dále pro 15 módnost, pro 14 jak materiál, tak úprava šatů na míru a pro 12 personál. Méně důležité veličiny při výběru jsou pro 9 lidí široký výběr nabízeného sortimentu, pro 7 nabídka doplňků, pro 6 prostředí prodejny a pro 3 rozsáhlý velikostní sortiment. Žádný z oslovených respondentů nevybral možnost výrobce.

### **Otázka č.6**

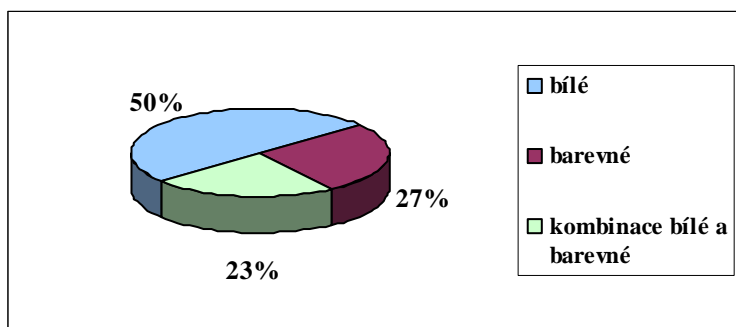


**Obr. 30: Jaký střih svatebních šatů upřednostňujete?**

### *Komentář:*

V předchozí otázce č.5 byl uveden nejdůležitější faktor při výběru šatů - střih. V této otázce č.6 bylo zjišťováno, jaký druh střihu nevěsty upřednostňují. Z grafu č.30 plyne, že 46 % si nejvíce přeje dlouhé jednoduché šaty, velmi žádaný jsou také korzetové šaty (37 %). Nejméně žádané jsou originální šaty s doplňky (10 %) a honosné šaty se spodničkou (7 %). Z dalších možných odpovědí jako: krátké šaty, kostým, nebo jiné šaty, nebyla využita ani jedna odpověď.

### Otázka č. 7



**Obr. 31: Upřednostňujete bílé nebo barevné šaty?**

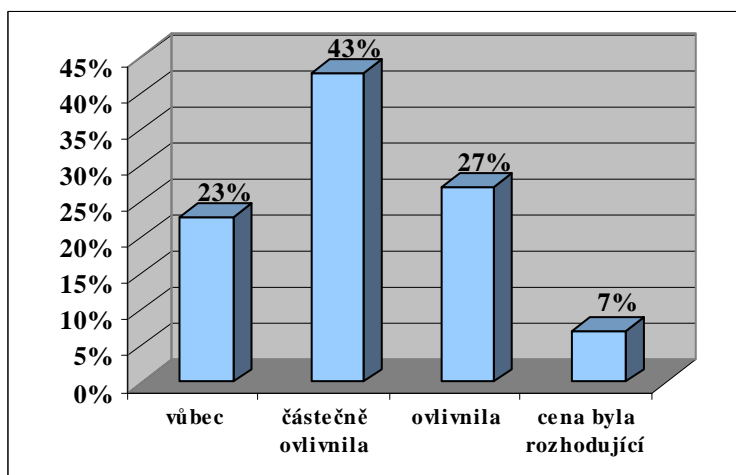
*Komentář:*

Nejvýraznější odpovědi byly bílé šaty s 50 %. Velmi podobné byly odpovědi barevné šaty s 27 % a kombinace bílé a barevné šaty s 23 %.

### Otázka č.8: Pokud barevné, jakou barvu?

Pokud respondenti odpověděli v otázce č.7, že upřednostňují barevné šaty nebo kombinace bílé a barevné (dohromady 15 respondentů), měli v této otázce určit jejich konkrétní barvu. Z uvedených možností byly nejvíce využity odpovědi: barva šampaň (5 respondentů), barva slonové kosti (5), barva modrá (3), barva růžová (1), barva vínová (1).

### Otázka č. 9

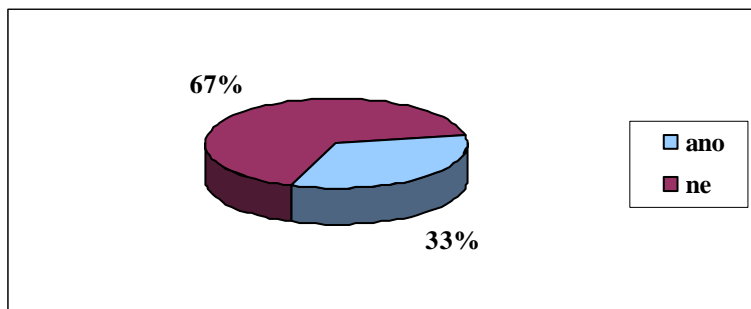


**Obr. 32: Do jaké míry Vás ovlivnila cena při výběru šatů?**

*Komentář:*

Převážná část (43 %) nevěst odpověděla, že cena je částečně ovlivnila při výběru šatů. Další velmi procentuelně podobné odpovědi byly odpovědi: ovlivnila (27 %) a vůbec neovlivnila (23 %). Pouhých 7 % odpovědělo, že cena byla pro ně rozhodující.

**Otázka č.10**



**Obr. 33: Rozhodovala jste se sama při výběru svatebních šatů?**

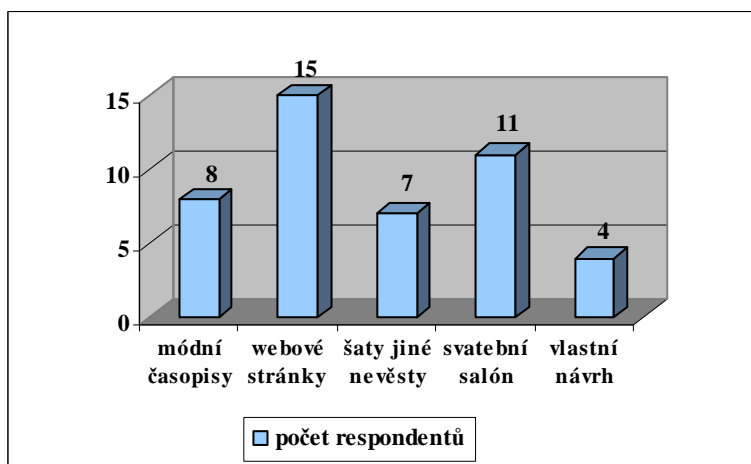
*Komentář:*

Respondenti měli na výběr pouze ze dvou variant odpovědí, a to ANO či NE. 67 % dotázaných zvolilo variantu NE. Variantu ANO zvolilo 33 %.

**Otázka č.11: Pokud ne, od koho jste si nechala poradit?**

Pokud byla v předchozí otázce zvolena varianta NE (67 % představovalo 20 respondentů), tak v této otázce měli respondenti uvést od koho si nechali poradit. Nejvíce se nechali ovlivnit kamarádkou (8 respondentů), rodinou (7) a zbývajících 5 respondentů personálem ze salónu.

**Otázka č.12**

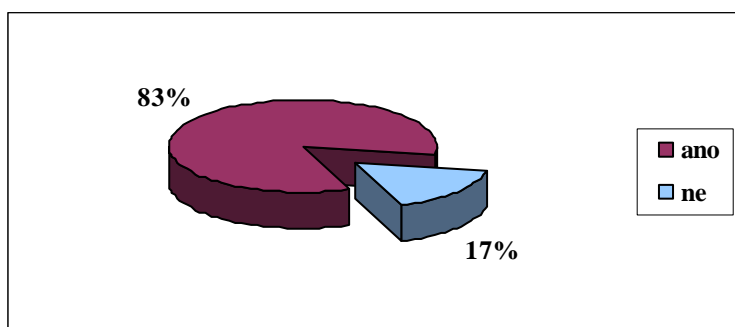


**Obr. 34: Kde jste se inspirovala při výběru svatebních šatů?**

*Komentář:*

Čísla uvedená v grafu č.34 představují počet respondentů, kteří odpověděli na tuto otázku. Respondenti mohli zvolit i více odpovědí. Nejvíce se nevěsty inspiroují z webových stránek (15 respondentů) a ze svatebních salónů (11). Módní časopisy pro nevěsty zvolilo 8 respondentů a šaty jiné nevěsty 7. Pouhé 4 nevěsty měly svůj vlastní návrh.

### **Otázka č.13**



**Obr. 35: Shodovala se vaše prvotní představa s tím, jaké jste si nakonec vybrala svatební šaty?**

*Komentář:*

Závěrem byla položena tato otázka č.13 za účelem zjištění, zda bylo uspokojeno přání nevěsty při výběru šatů. 83 % respondentů odpovědělo, že ANO. 17 % odpovědělo, že NE.

### **Otázka č.14: Pokud ne, co Vás ovlivnilo?**

Pro zjištění potřebných informací byla zvolena otevřená otázka. Respondent tedy neměl na výběr ze žádných možných odpovědí. Mohl napsat svůj vlastní názor. Odpověď NE, v předchozí otázce, odpovědělo 17 %, což představovalo 5 respondentů. Z toho 3 odpověděli, že nenašli takové šaty, které si představovali. A zbylé 2 respondenty ovlivnila cena.

## **5.5 Výsledky výzkumu**

Hlavním cílem tohoto výzkumu bylo zjistit, zda nabídka svatebního salónu Diana, odpovídá požadované poptávce v tomto tržním segmentu. Zjištěné informace

by měly být také pro salón inspirací pro další činnost. K tomuto účelu byla vyhotovena většina otázek v dotazníku (9 otázek). Dalších 5 otázek je spíše doplňujících, které slouží k vytvoření si určité představy, jak se nevěsty rozhodovaly při výběru svatebních šatů, nemají přímo vliv na činnost salónu. Zbylé dvě otázky se týkaly osobních údajů respondentů.

#### Hlavní výsledky výzkumu:

Průzkum prokázal, že 64 % nevěst při výběru svých šatů navštívilo 1-3 salóny. Z toho vyplynulo, že jen malé procento nevěst muselo pro uspokojení svých přání navštívit více salónů. Všechny nevěsty vybíraly šaty v místě svého bydliště, některé byly ochotny si vybírat šaty i mimo okres, ale mimo kraj už ne. Jednou z nejdůležitějších otázek bylo hodnocení nabídky svatebních šatů na libereckém a jabloneckém trhu. 43 % respondentů je spokojeno s nabídkou, 27 % uvedlo, že je docela dobrá nabídka, ale naopak 30 % odpovědělo, že by mohla být nabídka lepší.

Dále bylo zjištěno, že nejdůležitější při výběru šatů je pro nevěsty střih a barva. V menší míře, ale též důležitá, je módnost, materiál a úprava šatů na míru. Co se týče střihů, nejvíce žádané jsou dlouhé jednoduché šaty a korzetové šaty. Pro 50 % respondentů je nejvíce upřednostňovaná barva šatů bílá, barevné šaty upřednostňuje 27%, a to nejvíce barvu šampaň a slonovou kost. Kombinaci bílou a barevnou uvedlo 23%. Cena je dalším faktorem, která ovlivňuje výběr šatů. 43 % uvedlo, že je cena částečně ovlivňuje, 27 % uvedlo, že je cena ovlivňuje. Inspiraci na svatební šaty získávaly nevěsty nejvíce z webových stránek a ze svatebních salónů.

#### Doplňující výsledky výzkumu:

Nevěsty si začínají vybírat šaty nejčastěji 3-2 měsíce nebo 7-6 měsíců před svatbou. Při výběru šatů se převážná většina respondovaných žen nerozhoduje sama, a to 67 %. Nejčastěji si nechá poradit od kamarádky nebo od rodiny. U 83 % žen se shodovala jejich prvotní představa s tím, jaké si nakonec vybraly svatební šaty. U zbylých 17 % se neshodovala, nejčastějším důvodem bylo nenalezení takových šatů, které si představovaly.

#### Osobní údaje respondentů:

Věk dotazovaných nevěst se z 84 % pohyboval ve věkové kategorii 21-30 let. Místo bydliště bylo z 57 % v Jablonci nad Nisou a ze 43 % v Liberci.



## 6. Doporučení salónu v oblasti propagace

Provádění strategie firmy se opírá o čtyři základní nástroje marketingu, které jsou v marketingové terminologii označovány jako čtyři „P“ (podle anglického Produkt, Place, Price a Promotion). V našich parametrech se v naprosté většině setkáváme s označením „marketingový mix“. Těmito čtyřmi nástroji marketingu jsou:

- Výrobek
- Distribuce
- Cena
- **Komunikace**

**Definice:** *Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, které firma používá k tomu, aby usilovala o dosažení svých marketingových cílů na cílovém trhu.*

Uvedené čtyři nástroje slouží k uskutečňování dlouhodobých i krátkodobých záměrů firmy. Na rozdíl od jiných ekonomických skutečností jsou tyto prvky ovlivnitelné a kontrolovatelné. Vhodnou modifikací výrobku, cest distribuce, propagační činnosti a vhodnou cenou je možné docílit spokojenosti zákazníka a současně též získat výhodu v konkurenční soutěži. [23]

### 6.1 Komunikace

Komunikace (Promotion): Marketingová komunikace se soustřeďuje na překonání neinformovanosti a vytváření image na cílovém trhu. Moderní marketing vyžaduje něco víc než pouhé vyvinutí dobrého výrobku s přitažlivou cenou a jeho zpřístupnění potenciálním zákazníkům. Firma také musí komunikovat se svými současnými a potenciálními zákazníky, odběrateli, dodavateli, zprostředkovateli a s veřejností. Smyslem propagační činnosti je zejména informovat o produktu (např. o jeho vlastnostech, dostupnosti, ceně) a přesvědčit zákazníky o výhodnosti koupě produktu.

Nástroje komunikační politiky:

- Reklama
- Podpora prodeje
- Osobní prodej
- Public relations
- Přímý marketing

### Reklama

Jakákoliv placená forma neosobního představení a propagace zboží, služeb či myšlenek, zprostředkovávaná zpravidla reklamní agenturou.

Patří sem např.: tištěné a vysílané inzeráty v médiích, letáčky v balení, brožury a letáky, prospekty, plakáty, telefonní seznamy, billboardy, pohyblivé reklamy, poutače, symboly a loga, videokazety.

### Podpora prodeje

Činnosti nebo materiály, které působí jako krátkodobý stimul pro povzbuzení nákupu nebo prodeje výrobku či služby. Zatímco reklama nabízí důvod, proč nakupovat, podpora prodeje je podnětem k nákupu.

Patří sem např.: kupony, prémie, vzorky, soutěže, loterie, dárky, vyzkoušení zboží zdarma, veletrhy a prodejní výstavy, přehlídky, odkoupení staré verze při nákupu nové.

### Osobní prodej

Přímá komunikace a pěstování obchodního vztahu mezi 2 nebo několika osobami s cílem prodat výrobek nebo službu a zároveň vytvářet dlouhodobě pozitivní vztah, který by přispíval k vytváření image.

Patří sem např.: obchodní nabídky, obchodní setkání, aktivní programy, vzorky, veletrhy, prodejní výstavy.

### Public relations

Public relations rozumíme péčí o vztahy podniku k veřejnosti. Úkolem práce s veřejností je zajistit příznivé klima pro realizaci podnikových cílů, což může být nejlépe dosaženo starostlivou péčí o image podniku. Jedním z prostředků je publicita, ale na rozdíl od reklamy tato zpráva není placená.

Dále sem patří např.: projevy, semináře, výroční zprávy, charitativní dary, sponzorování, styky s místními komunitami, lobbování, firemní časopisy, prezentace v médiích nebo v tisku.

### Přímý marketing

Pojmem rozumíme přímou, adresnou komunikaci se zákazníky zaměřenou na prodej zboží, která používá jednoho nebo více médií k dosažení měřitelné odezvy zákazníků nebo uskutečnění transakcí z jakéhokoliv místa. Uskutečňuje se prostřednictvím pošty, telefonu, televizního vysílání, rozhlasu, internetu, novin nebo časopisu.

Patří sem např.: katalogy, poštovní zásilky, telemarketing, elektronické nakupování, zaslání informací faxem nebo e-mailem, nakupování prostřednictvím teletextu. [23]

### **Komunikační strategie salónu Diana v současnosti**

Salón nemá výraznou propagační strategii, která je ale v této oblasti prodeje velmi důležitá. Na internetu je sice zapsána v katalogu firem pod Libereckým krajem, ale zde je uvedeno pouze jméno majitelky, označení, že se jedná o půjčovnu svatebních šatů a telefon. Což je nedostačující. Za jedinou velmi dobrou propagaci lze považovat účast na přehlídkové show Jitky Vokněrové, která se koná každý rok v Jablonci nad Nisou. Tato přehlídka je určena převážně mladým lidem, což pro salón představuje potenciální zákazníky.

V následující podkapitole jsou pro salón Diana uvedeny doporučení na změny v oblasti propagace. V ostatních oblastech marketingového mixu si salón vede dobře.

## **6.2 Návrh nové komunikační strategie**

Prodejna se rozhodla oslovit nový druh zákazníků, a to nejen budoucí nevěsty z Jablonce nad Nisou, ale i z jeho okolí. Ke splnění těchto cílů, potřebuje vhodnou komunikační strategii. Zásadní je, aby se potenciální zákaznice dozvěděly o existenci tohoto salónu, co nabízí a jaké jsou jeho služby. Dále je důležité, aby věděly, že obchod je schopen splnit jejich přání a že jejich fantazie není nijak omezena. Nemusí být tedy závislé na nabídce šatů jiných salónů, ale mohou být autorem svých vlastních svatebních šatů.

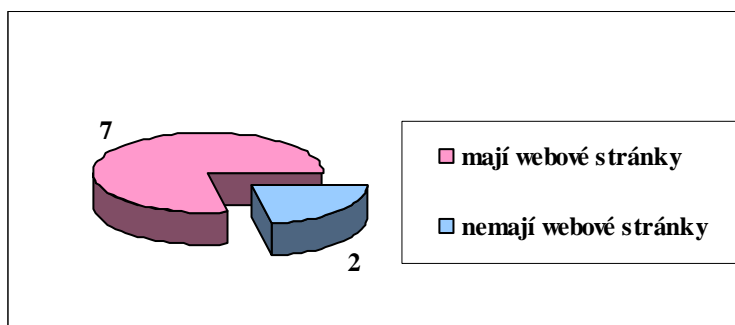
K tomuto účelu slouží tyto navržené komunikační nástroje:

1. Vytvoření webových stránek
2. Inzerce v Jabloneckém měsíčníku
3. Propagační předměty a letáky
4. Sponzorování menších akcí

Tyto nástroje slouží pro salón jako doporučení. Neznamená to, že musí zrealizovat všechny, vše záleží na finanční situaci prodejny.

### 6.2.1 Vytvoření webových stránek

Ve výzkumu konkurenčního prostředí bylo zjišťováno, zda svatební salóny mají svoje webové stránky. Výsledky ukazuje obr. 36. Čísla v grafu představují počet salónů.



Obr. 36: existence webových stránek

Ve výzkumu poptávky bylo dále zjištěno, že 15 nevěst, z dotazovaných třiceti, se inspiruje při výběru svých svatebních šatů právě na webových stránkách.

Z výzkumu tedy vyplývá, že pokud chce salón získat co nejvíce potencionálních zákazníků, musí mít webové stránky. Na kterých bude uvedena adresa salónu, kontakt, otevírací doba, jaké služby nabízí (co půjčuje, co se zde dá zakoupit, co zajistí). Nedílnou součástí jsou fotografie šatů, popřípadě doplňků. Pro tvorbu webových stránek byla vybrána firma MITON CZ, s.r.o., která sídlí v Jablonci nad Nisou, v Eurocentru (ulice Jiráskova 9). Cena stránek je velice flexibilní, určuje se podle rozsahu (počet stran) a podle náročnosti (animace).

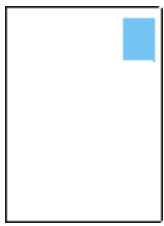
### 6.2.2 Inzerce v Jabloneckém měsíčníku

Každý měsíc vychází jedno číslo Jabloneckého měsíčníku (viz příloha č.4), který se zasílá zdarma do všech domácností v Jablonci a je také přístupný

na webových stránkách města. Náklad je 20 tisíc kusů na měsíc. Tento časopis má ve městě velkou oblibu. Je zde možno nalézt 16 stran informací ze života města, dění v kultuře a ve sportu, fotoreportáže, tématické přílohy atd. Na konci měsíčníku jsou 4 strany inzerce věnované kultuře, sportu, vzdělávání, cestování a obchodu. A právě v této části měsíčníku, by se nacházela reklama salónu. Návrh vzhledu inzerce: jednoduchá silueta postavy ve svatebních šatech, název salónu, adresa, telefon, stručný popis nabídky a služeb salónu. Tento způsob inzerce se považuje za velmi účinný, neboť občané nemusí za tento měsíčník platit a je jim zaslán poštou do schránky.

Na webových stránkách města [www.mestojablonec.cz](http://www.mestojablonec.cz) je uveden ceník inzerce. Nabídka zahrnuje různé rozměry inzerátů. Konkrétně pro salón Diana, byly navrženy tyto rozměry a ceny inzerátů:

**Tab. 2: rozměry a ceny inzerce [21]** (ceny jsou uvedeny bez 19% DPH/za měsíc)

Vzhled inzerce	Umístění	Rozměr	Typ	Cena
	strana - Kultura, sport, vzdělávání, cestování	43 x 50 mm	<b>A</b>	1.300,- Kč
	strana - vnitřní	43 x 56 mm	<b>B</b>	1.600,- Kč
	strana - zadní	43 x 56 mm	<b>C</b>	2.100,- Kč
	plnobarevná verze (ve vybraných měsících)	43 x 56 mm	<b>D</b>	2.900,- Kč

Vzhled inzerce	Umístění	Rozměr	Typ	Cena
	strana - Kultura, sport, vzdělávání, cestování	90 x 50 mm	<b>E</b>	2.400,- Kč
	strana - vnitřní	90 x 56 mm	<b>F</b>	2.700,- Kč
	strana - zadní	90 x 56 mm	<b>G</b>	3.200,- Kč
	plnobarevná verze (ve vybraných měsících)	90 x 56 mm	<b>H</b>	4.200,- Kč

*Další podmínky:*

V ceně za inzerci je zahrnuto grafické zpracování inzerátu v tiskárně Tisk a Reklama, (Podhorská 22, Jablonec n.N.), který zároveň tiskne měsíčník. Více informací je uvedeno na internetových stránkách města. [21]

### 6.2.3 Propagační předměty a letáky

Velmi praktickou formou propagace jsou propagační předměty. A to konkrétně reklamní igelitové tašky a letáky.

Reklamní igelitové tašky budou sloužit k zabalení nakoupeného zboží (např. košíčků na koláčky, podvazku) a zapůjčeného drobného zboží v salónu. Nevěsta je dostane k nákupu zdarma, což vytváří velmi dobrý dojem prodejny. Dalším cílem této strategie je, že zákaznice tuto tašku může nadále používat, a tím propagovat zmíněný salón.

Na návrh a tisk těchto tašek byla vybrána tiskárna Shadows Press, která sídlí v Revoluční ulici v Jablonci nad Nisou. Salón si může vybrat z nepřeberného množství rozměrů. Ale s ohledem na finance a také na to, že salón nepotřebuje tašky největších rozměrů, složitého designu a barev, jsou za nevhodnější považovány tyto:

Igelitové tašky KL - banánkové nezpevněné ucho, jednoduché dno (*viz příloha č.4*):

- Menší taška na drobné předměty: rozměr 20x30 cm, minimální náklad je 500 kusů, 1 barva, cena za kus bez DPH (19%) je 5,43.
- Větší taška: rozměr 30x45 cm, minimální náklad je 500 kusů, 1 barva, cena za kus bez DPH (19%) je 6,31.

Reklamní letáky budou k dispozici nejen na prodejně, ale budou také distribuovány na akcích pořádaných ve městě. Mohou být též ponechány na matrice v Jablonci nebo na matrikách v nejbližším okolí. Lze je tisknout opět v tiskárně Shadows Press. Vzhled a cena letáku se dohodne až po zadání zakázky v tiskárně. [24]

### 6.2.4 Sponzorování menších akcí

Jak již bylo řečeno, Jablonec nad Nisou je kulturním i sportovně rekreačním střediskem Jizerských hor. Velmi často se zde konají nejrůznější akce v oblasti sportu, kultury, módy a obchodu. Pokud by finanční situace salónu dovolila, tak další možností jak se zviditelnit je sponzorování menších akcí. Určitě by se nejednalo o velké částky, lze předpokládat, že na to salón nemá finanční prostředky. Salón by sponzoroval akce, kde se vyskytují potencionální zákaznice, tedy akce pro ženy. Jako jsou např. celodenní akce v Městské hale: aerobní show, spinningový maratón, disko dance show nebo akce Léto tančí. Na těchto akcích by byla vyvěšena reklamní tabule salónu. Tímto způsobem by se salón dostal do podvědomí lidí.

## 7. Závěr

Úkolem bakalářské práce bylo sestavit SWOT analýzu svatebního salónu Diana.

V teoretické části bylo popsáno svatební oblečení pro nevěsty, různé svatební doplňky a nadcházející módní trendy.

První marketingový výzkum se zabýval zmapováním a zároveň porovnáním nabídky svatebního oblečení pro nevěsty ve svatebních salónech v Jablonci nad Nisou a v Liberci. V Jablonci nad Nisou jsou tři salóny. Výzkumem bylo zjištěno, že největším konkurentem pro salón Diana je svatební salón INFORM. V Liberci bylo do marketingového výzkumu vybráno sedm nejznámějších salónů a ty by se daly rozdělit do tří kategorií. Luxusní, pěkné a běžné. V této konkurenci by se dal salón Diana zařadit mezi pěkné salóny. S těmito salóny se ztotožňuje díky stejné kvalitě, materiálům, barvám i cenám šatů. Má však několik velkých výhod. Jako jediný na libereckém a jabloneckém trhu se zabývá šitím svatebních šatů na zakázku. Nevěsta si zde může nechat ušít šaty podle vlastního návrhu. Látku na šaty ji nabídne salón, ale lze je ušít i z doneseného materiálu. Na přání zákaznice mohou být tyto šaty po použití zanechány v salónu. Součástí prodejny je oprava a úprava oděvů nejen svatebních. Nabídkou poskytovaných služeb spojených se svatbou (svatební oznámení, prsteny, fotografování, kytice atd.) se vyrovná všem salónům a navíc poskytuje možnost využití solária. Negativem salónu Diana oproti konkurenci je malý prostor prodejny a malá propagace.

Cílem druhého marketingového výzkumu bylo zjistit, zda nabídka salónu Diana odpovídá požadované poptávce. Zjištěné informace by měly být také pro salón inspirací pro další činnost. Dotazník byl rozdělen na dvě pomyslné části. První část obsahovala otázky, které by mohly mít vliv na změnu nabídky daného salónu. Druhá část byla pouze doplňující, týkala se rozhodování nevěst při výběru svatebních šatů.

Zpracováním první části dotazníku bylo zjištěno, že všechny nevěsty vybíraly šaty v místě svého bydliště, jen malé procento bylo ochotno navštívit salón i v jiném městě. Většina respondentů byla spokojena s nabídkou svatebních šatů na libereckém a jabloneckém trhu. Dále bylo zjištěno, že nejdůležitější při výběru šatů je pro nevěsty střih a barva. Co se týče střihů, nejvíce žádané jsou dlouhé jednoduché šaty a korzetové šaty. Převážná část respondentek upřednostňuje barvu šatů bílou a z barevných odstínů

je nejoblíbenější barva šampaň a slonová kost. Nemálo důležitá je cena šatů. 43 % nevěst uvedlo, že je cena částečně ovlivňuje a 27 % uvedlo, že je cena zcela ovlivňuje. Inspiraci na svatební šaty získávaly nevěsty nejvíce z webových stránek a ze svatebních salónů. Lze tedy konstatovat, že salón nabízí takové zboží, které je poptávkou žádané. Práce pouze doporučuje obohatit nabídku šatů v barvě slonové kosti.

Na základě výše vypracovaných výzkumů pro salón Diana, které se týkaly nabídky a poptávky svatebních šatů, nebyly zjištěny zásadní nedostatky. Byly zjištěny pouze nedostatky v oblasti propagace, která je v této obchodní činnosti velmi důležitá. A proto práce doporučuje několik návrhů k odstranění těchto nedostatků. Je to vytvoření webových stránek, inzerce v Jabloneckém měsíčníku, propagační předměty a letáky, sponzorování menších akcí. Tyto návrhy slouží pro salón jako doporučení. Neznamená to, že musí zrealizovat všechny, záleží pouze na finanční situaci prodejny.



## 8. Seznam zdrojů a použité literatury

- [1] Interní podklady svatebního salónu Diana
- [2] STRNAD P., DĚDKOVÁ J., *Strategický marketing*, TU Liberec, 2004. ISBN 80-7083-826-4
- [3] <http://www.svatby.cz> [cit. 2005-12-22]
- [4] BALDRIGEOVÁ L., *Slavné nevěsty*, Bratislava, 2001
- [5] <http://www.ZENA-IN.cz> [cit. 2005-4-11]
- [6] PAŘILOVÁ H., *Textilní zbožíznalství, Tkaniny*, TU Liberec, 2000. ISBN 80-7083-391-2
- [7] PAŘILOVÁ H., RŮŽIČKOVÁ D., *Textilní zbožíznalství, Galanterie a krajky*, TU Liberec, 2004. ISBN 80-7083-817-5
- [8] STANĚK J., *Textilní zbožíznalství, Vláknenné suroviny, příze a nitě*, TU Liberec, 2001. ISBN 80-7083-555-9
- [9] RŮŽIČKOVÁ D., *Oděvní materiály*, TU Liberec, 2003. ISBN 80-7083-682-2
- [10] <http://www.vsenasvatbu.cz> [cit. 2006-3-7]
- [11] <http://www.madona.cz> [cit. 2005-5-5]
- [12] <http://www.femina.cz> [cit. 2005-3-12]
- [13] <http://www.svatebni.cz> [cit. 2005-4-20]
- [14] <http://www.nase-svatba.cz> [cit. 2006-1-5]
- [15] <http://www.mojesvatba.cz> [cit. 2006-1-5]
- [16] <http://www.svatba.cz> [cit. 2005-5-5]
- [17] <http://www.andelske-svatebni-studio.cz> [cit. 2006-1-5]
- [18] *Časopis svatba*. Ročník V. 2/2005. s.74, 17.
- [19] <http://www.svatebnisluzby.cz> [cit. 2006-1-5]
- [20] <http://www.liberec.czso.cz> [cit. 2006-4-7]
- [21] <http://www.mestojablonec.cz> [cit. 2006-4-7]
- [22] SÍMOVÁ J., *Marketingový výzkum*, TU Liberec, 2005. ISBN 80-7372-014-0
- [23] DĚDKOVÁ J., *Základy marketingu*, TU Liberec, 2003. ISBN 80-7083-749-7
- [24] <http://www.shadowspress.cz> [cit. 2006-4-8]

## 9. Seznam zkratek

apod.	-	a podobně
atd.	-	a tak dále
cca	-	přibližně
cm	-	centimetr
č.	-	číslo
DPH	-	daň z přidané hodnoty
Kč	-	korun českých
$km^2$	-	kilometr čtvereční
MHD	-	městská hromadní doprava
např.	-	například
obr.	-	obrázek
%	-	procento
resp.	-	respektive
SŠ	-	svatební šaty
sv.	-	svatební
tab.	-	tabulka
tj.	-	to jest
tzv.	-	tak zvaný

## **10. Seznam příloh**

**Příloha č.1:** Mapa Jablonce nad Nisou

**Příloha č.2:** Obrázky a popis svatebních šatů

**Příloha č.3:** Struktura dotazníku

**Příloha č.4:** Doporučení pro salón Diana v oblasti propagace

## Příloha č.1



● - svatební salón Diana

## Příloha č.2

### 1. Korzetové šaty



**obr. 1:** korzet hladký, saténový s úzkými ramínky. Áčková sukně, na vrchu zdrhnutý šifón.



**obr. 2:** korzet hladký tvarován do špičky se širšími ramínky. Úzká sukně, zadní díl střižený do vlečky. V horní části sukně vytvořená tzv.voda



**obr. 3:** zdobený korzet s dvojitými ramínky, jeden úzký, druhé spadlé pod ramena. Sukně hladká rozšířená, střižená do vlečky.



**obr. 4:** korzet v dolní části střižený do špičky, ozdoben krajkou, flitry, perličkami. Sukně kolová, saténová.

## 2. Šaty



**obr. 5:** v levém prsním švu od pasové linie je vložen klín, v dolní části šatů odlišen barvou. Rozšířená dolní část. Doplněk šálka, zdobená krajkou.



**obr. 6:** skládá se ze 2 částí: první spodní šaty saténové hladké, v dolní části lehce rozšířené. Druhá horní část z krajkoviny s dlouhými rozšířenými rukávy, krajkový vršek pokračuje do vlečky, šaty doplněny dlouhým závojem až na zem.



**obr. 7:** úzké přiléhavé šaty, šikmo přestřižené nad kolenní linií, v dolní části ozdobené kanýry, střižené do vlečky. Horní část doplněna krajkovým kabátkem s dlouhými úzkými rukávy, bohatě zdobené.



**obr. 8:** úzké přiléhavé šaty, přestřižené v sedové linii, dolní část tvořená s podkladového materiálu a krajkoviny, na levé straně sukňe vysoký rozparek. Horní část doplněna krajkovým kabátkem s dlouhými rukávy, které jsou přestřižené v loketní linii a od ní rozšířené.

### 3. Kostým



**obr. 9:** vrchní část ke krku do stojáčku, v pase přestřižena, dolní část rozšířena v délce nad kolena, zadní díl střižený do špičky. Kalhoty dlouhé, volné.

#### Barevné šaty:



**obr. 11:** růžový dvoudílný model. Živůtek z hedvábného saténu pošit růží. Jednoduchá stahovací sukně, na straně podšita červeným tylem.



**obr. 10:** pelerína



**obr. 12:** žlutý dvoudílný model z hedvábného batistu. Asymetrický živůtek, odnímatelné rukávy a jednoduchá sukně.

## Příloha č.3

Dobrý den,

jmenuji se Andrea Petrová a jsem studentkou Technické univerzity v Liberci, obor Textilní marketing. Právě jste obdržela dotazník, který bude sloužit pro napsání mé Bakalářské práce na téma: „Společenské šaty pro svatební obřady“. Děkuji ji Vám za čas a ochotu při vyplňování. Dotazník je anonymní.

### A. Svatební šaty

1. Kdy jste začala vybírat svatební šaty?

- 12-10 měsíců před svatbou
- 9-8 měsíců před s.
- 7-6 měsíců před s.
- 5-4 měsíců před s.
- 3-2 měsíců před s.
- 1 měsíc před s.

2. Kolik svatebních salónů jste navštívila?

- 1-3 salóny
- 4-6 salónů
- 7-9 salónů
- 10-12 salónů
- 13 a více salónů

3. Z toho kolik svatebních salónů bylo?

- v místě bydliště (počet )
- mimo okres (počet )
- mimo kraj (počet )

4. Jak by jste zhodnotila nabídku svatebních šatů na libereckém a jabloneckém trhu?

- jsem spokojená s nabídkou
- docela dobrá nabídka
- mohla by být lepší nabídka
- velmi špatná nabídka

5. Co je pro vás důležité při výběru šatů? (lze označit i více odpovědí)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> střih                              | <input type="checkbox"/> výrobce             |
| <input type="checkbox"/> materiál                           | <input type="checkbox"/> prostředí prodejny  |
| <input type="checkbox"/> barva                              | <input type="checkbox"/> úprava šatů na míru |
| <input type="checkbox"/> módnost                            | <input type="checkbox"/> personál            |
| <input type="checkbox"/> rozsáhlý velikostní sortiment      | <input type="checkbox"/> nabídka doplňků     |
| <input type="checkbox"/> široký výběr nabízeného sortimentu | <input type="checkbox"/> jiné                |

6. Jaký střih svatebních šatů upřednostňujete?

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> korzetové šaty (ze dvou dílů) | <input type="checkbox"/> krátké šaty |
| <input type="checkbox"/> dlouhé jednoduché šaty        | <input type="checkbox"/> kostým      |
| <input type="checkbox"/> honosné šaty (se spodničkou)  | <input type="checkbox"/> jiné        |
| <input type="checkbox"/> originální šaty s doplňky     |                                      |



7. Upřednostňujete bílé nebo barevné šaty?  
 bílé                       barevné                       kombinace bílé a barevné
8. Pokud barevné, jakou barvu?  
 šampaň  
 slonová kost  
 růžová  
 modrá  
 vínová  
 jiná
9. Do jaké míry Vás ovlivnila cena při výběru šatů?  
 vůbec                                       ovlivnila  
 částečně ovlivnila                       cena byla rozhodující
10. Rozhodovala jste se sama při výběru svatebních šatů?  
 ano                       ne
11. Pokud ne, od koho jste si nechala poradit?  
 od rodiny  
 od kamarádky  
 od personálu ze salónu  
 jiná osoba
12. Kde jste se inspirovala při výběru svatebních šatů?  
 z módních časopisů pro nevěsty  
 z webových stránek  
 šaty jiné nevěsty  
 ze svatebních salónů  
 měla jsem svůj vlastní návrh  
 jinde
13. Shodovala se vaše prvotní představa s tím, jaké jste si nakonec vybrala šaty?  
 ano                       ne
14. Pokud ne, co Vás ovlivnilo?

## **B. Osobní údaje**

15. Věková kategorie  
 18-20 let  
 21-30 let  
 31-40 let  
 41-50 let  
 nad 50 let
16. Bydliště  
 Liberec  
 Jablonec nad Nisou  
 jiné

## Příloha č.4

