

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

LIBEREC 2010

ANDREA MEDLÍKOVÁ

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ



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

**ANALÝZA PRODEJE TEXTILNÍCH
PROPAGAČNÍCH VÝROBKŮ**
**ANALYSIS OF THE SALE TEXTILES
PROPAGATIONS PRODUCTS**

Andrea Medlíková

KHT - poř. č. 641

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Hana Pařilová, Ph.D.

Rozsah práce:

Počet stran textu 60
Počet obrázků 18
Počet tabulek 3
Počet grafů 18
Počet stran příloh 9

Zadání bakalářské práce:

Analýza prodeje textilních propagačních výrobků

- popište techniku ručního paličkování, zajistěte návrh a výrobu nového výrobku;
- proved'te průzkum prodejnosti paličkovaných obrázků s tematikou regionu Liberec a výsledky analyzujte;
- navrhňte strategii prodeje konkrétního propagačního výrobku a návrh ekonomicky zhodnoťte

PROHLÁŠENÍ

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

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v Univerzitní knihovně TUL.

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

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

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

V Liberci dne 8. 1. 2010

.....
Podpis

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych tímto poděkovala vedoucí bakalářské práce paní Ing. Haně Pařilové, Ph.D. z Katedry hodnocení textilií Technické univerzity v Liberci za odborné vedení a za předané rady a pomoc při zpracování bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala paní Ivě Proškové za brzké vyhotovení podvinku pro paličkovaný obrázek s motivem horského hotelu a televizního vysílače Ještěd a paní Ing. Márii Křelinové za vyhotovení upomínkového předmětu na město Liberec – ručně paličkovaného obrázku Ještědu na zeď, či stůl a poskytnuté materiály k tématu, jakož i vstřícné jednání. Také bych ráda poděkovala své rodině za vše, co pro mne udělala, abych měla dostatek času práci vyhotovit.

ANOTACE

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou prodeje textilních propagačních výrobků provedenou prostřednictvím nového produktu vyrobeného pro účely této práce, kterým je obrázek na zeď či stůl s motivem horského hotelu a televizního vysílače Ještěd, zpracovaného technikou ručního paličkování. První část práce se věnuje historii a vývoji ručního paličkování, technice ručního paličkování, vč. potřebných nástrojů a pomůcek. Dále návrhem a výrobou výše uvedeného paličkovaného propagačního a upomínkového předmětu na region Liberec. Další část se zabývá provedeným marketingovým výzkumem prodejnosti ručně paličkovaných obrázků s tematikou regionu Liberec, jak ze strany vhodných prodejců, tak ze strany potencionálních zákazníků a jeho analýzou a vyhodnocením. V závěrečné části je navržena vhodná strategie prodeje daného paličkovaného obrázku Ještědu v rámci města Liberec a je provedeno ekonomické zhodnocení strategie, výroby a prodeje tohoto produktu, v návaznosti na všechna právní a ekonomická hlediska týkající se možného podnikání v tomto směru, pro paličkářku v řádném starobním důchodu.

KLÍČOVÁ SLOVA:

Historie, paličkování, paličkovací technika, herdule (poduška), paličky, stojánek, podvinek (technický nákres), paličkovaný obrázek Ještědu, marketingový výzkum, strategie prodeje, paličkářka, podnikání, samostatně výdělečná činnost.

ANNOTATION

This bachelor paper deals with the analysis of the sale of textile promotional products, done through a new product made for the purpose of this work, which is a wall or table artwork with a motif of the mountain hotel and television transmitter Ještěd, made by the technique of hand-made bobbin lace work.

The first part of the paper follows the history and development of hand-made bobbin lace work, the technique of hand-made bobbin lace work including needed instruments and tools, next the design and production of the above-mentioned bobbin-lace promotion and souvenir article of Liberec region.

The next part follows the marketing research of saleability of hand-made bobbin lace artwork with motives of Liberec region, on the part of both suitable salesmen and potential customers, and its analysis and evaluation.

In the final part a convenient strategy of the sale of the given bobbin lace artwork of Ještěd within the town of Liberec is proposed, and economic evaluation of the strategy, production and sale of the product is done, in connection with all legal and economic points of view concerning potential trading in this respect for a bobbin-lace maker drawing an ordinary old-age pension.

KEY WORDS:

History, bobbin lace work, bobbin-lace technique, bobbin-lace cushion, bobbins, cushion holder, pattern (technical drawing), a picture of Ještěd made by a bobbin-lace technique, marketing research, sales strategy, bobbin-lace maker, trade, self-employment.

OBSAH:

1	ÚVOD	9
2	HISTORIE A VÝVOJ PALIČKOVANÉ KRAJKY	10
2.1	Historie a vývoj paličkové krajky ve světě	10
2.2	Historie a vývoj paličkové krajky v českých zemích	13
2.2.1	Nejvýznamnější krajkařské oblasti v Čechách a na Moravě	14
3	TECHNIKA RUČNÍHO PALIČKOVÁNÍ	16
3.1	Popis	16
3.2	Nástroje a pomůcky	16
3.3	Přípravné práce	18
3.4	Druhy paličkových technik	19
3.5	Dokončovací práce	19
4	NÁVRH A VÝROBA PALIČKOVANÉHO VÝROBKU	20
4.1	Iva Prošková – návrh podvinku Ještědu	20
4.2	Ing. Mária Křelinová – výroba obrázku s paličkováným motivem Ještědu	21
5	MARKETINGOVÝ VÝZKUM PRODEJNOSTI RUČNĚ PALIČKOVANÝCH OBRÁZKŮ S TEMATIKOU REGIONU LIBEREC. 25	
5.1	Téma, cíl a rozsah výzkumu	25
5.2	Typ výzkumu	25
5.3	Stanovené domněnky v rámci marketingového výzkumu	26
5.3.1	Domněnky k výzkumu ze strany zákazníků	26
5.3.2	Domněnky k výzkumu ze strany prodejců	26
5.4	Metody a techniky sběru, zpracování a analýzy dat	27
5.5	Výběr vzorku a velikosti respondentů	27
5.6	Výsledky výzkumu a jejich analýza	28
5.6.1	Domněnka D1z (zákazníci)	28
5.6.2	Domněnka D2z (zákazníci)	29
5.6.3	Domněnka D3z (zákazníci)	32
5.6.4	Domněnka D4z (zákazníci)	33
5.6.5	Domněnka D5z (zákazníci)	34
5.6.6	Domněnka D6z (zákazníci)	36
5.6.7	Domněnka D1p (prodejci)	37
5.6.8	Domněnka D2p (prodejci)	38
5.6.9	Domněnka D3p (prodejci)	39
5.6.10	Domněnka D4p (prodejci)	39
5.6.11	Domněnka D5p (prodejci)	40

5.6.12	Domněnka D6p (prodejci)	41
5.7	Závěr výzkumu	42
6	NÁVRH STRATEGIE PRODEJE OBRÁZKU PALIČKOVANÉHO JEŠTĚDU A JEHO EKONOMICKÉ ZHODNOCENÍ.....	43
6.1	Vhodný segment trhu.....	43
6.2	Místo podnikání.....	44
6.3	Orientační průzkum stávajícího trhu	45
6.4	Prodejní místa	45
6.5	Prezentace produktu	47
6.6	Předpokládaný úspěch a reakce konkurence	47
6.7	Právní hlediska výdělečné činnosti u osoby, které je přiznán starobní důchod	47
6.7.1	Základní dotčené právní předpisy.....	47
6.7.2	Problematika živnostenského oprávnění	48
6.7.3	Problematika autorského zákona pro paličkovaný obrázek stavby Ještědu	49
6.7.4	Daňové dopady a pojistné na sociální zabezpečení.....	49
6.7.5	Problematika pojistného na sociální zabezpečení	50
6.7.6	Problematika zdravotního pojištění	51
6.8	Ekonomické zhodnocení prodejnosti paličkovaného obrázku Ještědu.....	51
6.9	Shrnutí strategie prodeje paličkovaného obrázku Ještědu v návaznosti na ekonomickém zhodnocení	56
7	ZÁVĚR.....	58
	LITERATURA	60
	SEZNAM PŘÍLOH.....	61

1 ÚVOD

Předmětem bakalářské práce je analýza prodeje textilních propagačních výrobků, která je provedena prostřednictvím nového produktu vyrobeného technikou ručního paličkování, tedy tradičním rukodělným řemeslem. Cílem práce je pak zjistit, zda by bylo v dnešní době možné a finančně efektivní, přivydělávat si prodejem takových výrobků, když se v dnešní době paličkovací řemeslo a jeho produkty už moc neuplatňují. Za tímto účelem je vyroben obrázek na zeď, resp. stůl velikosti A4 s tematikou regionu Liberec – s horským hotelem a televizním vysílačem Ještěd. Motiv Ještědu je ručně upaličkován a vsazen do skleněného rámečku na barevný podklad. Takovýto upomínkový a propagační výrobek je pak předmětem marketingového výzkumu, jakož i návrhu strategie prodeje a ekonomického zhodnocení, jimiž se zjistí daný cíl pro konkrétní paličkářku v důchodu, kterou je paní Ing. Mária Křelinová z Neratovic.

První část bakalářské práce obsahuje seznámení s historií krajkářství a krajkářskými technikami, se zaměřením na techniku ručního paličkování a její popis. Další část je orientována na návrh a výrobu nového propagačního předmětu na region Liberec, kterým je výše zmiňovaný obrázek s ručně paličkováným Ještědem. Další část se zabývá provedeným marketingovým výzkumem prodejnosti ručně paličkováných obrázků s tematikou regionu Liberec, jak ze strany potencionálních prodejců (10 maloobchodních prodejen v Liberci), tak zákazníků (115 turistů, hostů a lidí trvale žijících v Libereckém kraji) a jeho analýzou a vyhodnocením. V závěrečné části je navržena strategie prodeje daného paličkováného obrázku Ještědu v rámci města Liberec a je provedeno ekonomické zhodnocení strategie, výroby a prodeje tohoto produktu, v návaznosti na všechna právní a ekonomická hlediska týkající se možného podnikání v tomto směru, pro výše uvedenou paličkářku, coby osobu samostatně výdělečně činnou při současném pobírání starobního důchodu.

2 HISTORIE A VÝVOJ PALIČKOVANÉ KRAJKY

2.1 Historie a vývoj paličkové krajky ve světě

Počátky paličkování lze pravděpodobně hledat ve starověku, neboť paličky a zbytky krajky byly nalezeny při analýze oblečení mumií, uložených v sarkofázích, z dob starověkého Egypta. Nejstarší evropský nález kostěných paliček je pak z Kypru ze 4. stol. n. l.[1] Tyto skutečnosti jsou málo známy. Díky nim ale víme, že paličkování je velmi starodávné řemeslo.

Ze středověku neexistují obrazové dokumenty potvrzující existenci paličkové krajky, jen kusé informace v písemných byzantských pramenech. Ty dokládají, že se technika paličkové krajky uchovala spíše ve východním Středomoří, kde navazovala na starší antickou tradici. Rozvoji výroby krajek zřejmě významně přispěla až jedna ze součástí liturgického ornátu kněží (látkové svrchní roucho) - tunika dalmatika, lemovaná krajkou.[1] Stopy paličkové krajky tedy směřují na území tehdejší byzantské říše – do Dalmácie, po níž je tunika pojmenovaná.

V 15. a 16. století bylo zásluhou Benátčanů paličkování rozšířeno po celé západní Evropě. V Itálii se krajka rozvinula z hlediska techniky a vzorů, na čemž měly zásluhu i tištěné vzorníky, jejichž prostřednictvím se šířily dobové renesanční vzory (např. z roku 1530 benátský vzorník názvu: *Esemplario dei lavori* od Nicola d' Aristotela, nebo z roku 1557 benátská kniha se vzorníkem paličkových krajek nazvaná *Le Pompe*, na základě níž je nesprávně přisuzován Benátkám vznik krajky). Nejstarším obrazovým dokladem o paličkování je oltářní obraz z chrámu sv. Petra v Lovani z roku 1495 z Flander, na němž dívka s herdulí paličkuje krajkou. Jedním z nejstarších typů benátské krajky byla *reticella* - šitá krajka charakteristická geometrickým vzorem, podle níž se ve Flandrech (Nizozemí) zhotovovala krajka paličkováním.[1] Právě díky tomu, že se v Itálii krajka rozvinula, je právem nazývána kolébkou krajky.

Těsné kontakty mezi panovníky a předními velmoži vedly k určité unifikaci v módě a výtvarném umění, čímž bylo dáno také rychlé rozšíření krajek v 16. století,

neboť jakmile se objevily na dvorském oděvu v jedné zemi, záhy se začaly nosit i v zemích sousedních. První výrazná módní vlna, která přinesla rozšíření krajek, začala španělským dvorským oděvem. Symbolem tohoto oděvu se stalo nepohodlné okruží – tuhý límec těsně obepínající šíji, zprvu z látky, později z krajek, které se udrželo až do poloviny 17. století. Ze Španělska se rozšířilo i do Čech za vlády císaře Rudolfa II. Francouzi volili místo okruží vysoké stojaté límce z krajky (k hlubokým dekoltům se prosadily i v Itálii), stejně tak byly z krajky nabírané manžety a kapesníčky. Móda celého 17. století preferovala krajkou, která nechyběla jak v ženském, tak mužském šatníku a předčila dokonce i šperky z drahých kovů. [1][2] Tak velká obliba krajek se už v historii neopakuje.



Obr. č. 1 Šaty s okružím
(pozdní 16. století) [1]



Obr. č. 2 Kojná s dítětem v krajce
(1 pol. 17. stol.) [1]

Nejprve se krajky z Itálie do ostatních zemí dovážely, později začala vznikat domácí výrobní střediska hlavně v 17. a 18. století v zemích, které přijímaly přecházející krajkáře z Flander a Francie. Výjimku tvořilo jen bigotní Španělsko, kde se vytvořila vlastní výroba z domácích katolických zdrojů. Krajka ale nebyla vždy povoleným doplňkem oděvu, ve středověku existovaly její zákazy, tzv. zákazy přepychu pro prostý lid, které přetrvaly do novověku. A to až do doby vlády Ludvíka XIV. (1643-1715), období baroka, kdy si nikdo neuměl představit oděv bez krajek. Přesto byla v této době vydána řada zákazů přepychu s nejméně 12 edikty proti nošení krajek, z důvodu odlišit oblečení vyšších vrstev. Za tohoto panovníka se šitá a paličkovaná benátská krajka vyráběla především pro potřeby francouzského královského dvora, neboť i když byla produkce francouzského krajkářství značná, krajky z Benátek byly pro svou vysokou kvalitu více ceně-

né. V 17. století začala doba vrcholné obliby krajkových vějířů, jež se dovážely do většiny evropských zemí. V průběhu 18. století se objevil nový oděvní doplněk tzv. jabot (žabó) – nabíraná krajka, zakrývající zapínání košile, jakýsi předchůdce kravaty, který se záhy změnil na krajkovou kravatu. I v rokokové módě 18. století patřily krajky spolu s výšivkami, mašlemi, stuhami a květinami k nejoblíbenějším ozdobám, kdy lemovaly dekolty a doplňovaly bohatě řasené rukávy. Také krajkové čepečky a malé krajkové taštičky pompadurky rostly na oblibě. U mužů se krajky využívaly na manžety, límce a bohatá fiží. Ve Španělsku se v té době hojně rozšířily krojové mantily – rozměrné krajkové přehozy přes hlavu a ramena. Rokoková móda zasáhla celou Evropu a naposledy v dějinách spojila do jednotného stylu odívání aristokracii všech zemí. [1][2][3] Ještě tedy v průběhu 18. století byla obliba ručně vyráběných krajek značná.

Benátskou výrobu domácích drahých krajek zlikvidovala v podstatě na konci 18. století Velká francouzská revoluce, kdy přestaly mít tyto krajky odbytu a prosazovala se levnější manufakturní krajka. V 19. století vznikla jedna z mála nových typů krajek, tzv. polychromní krajka – paličkovaná z vícebarevného hedvábí v pásku o šířce cca 17 cm, kde bylo až 400 nití různých barev. V tomto století se vracela inspirace antikou, po klasicismu nastoupil empír, biedermeier, romantismus a druhé rokoko, kdy oblíbenost krajek už nebyla taková, jako v předchozích dvou stoletích, přesto se nosily krajkou lemované výstřihy, límce, volány u krku, čepce, šátky, manžety, elegantní hladké punčochy s vložkami z bruselských krajek, kapesníčky a krajkové slunečníky. [1][2] Ve 2. polovině 19. století přinesli evropští misionáři znalost ručního paličkování krajek do Číny a dalších asijských zemí. Dovozem jejich podstatně levnějších výrobků vznikla silná konkurence českým krajkám.[1] Díky levnějším strojovým krajkám a krajkám z dovozu tak obliba ručně vyráběných krajek klesla a tedy i jejich produkce.

Na konci 19. století se začaly odlišovat šaty pro běžné nošení a honosné večerní róby, na nichž se nadále uplatňovaly krajky. V této době se stala levnější strojová krajka běžným doplňkem prádla a domácího užitkového textilu, čímž se konkurence ručně paličkované krajce se ještě zvýšila. Tato krajka však nezanikla, udržela se jako materiál pro luxusní večerní toalety a doplněk svátečních oděvů. [1] Díky strojové krajce tedy zažívá krajka na přelomu 19. a 20. stol. naposledy rozkvět zásluhou uplatnění krajkou v užitkovém i v bytovém textilu.

Ve 20. století se stalo paličkování samostatným oborem užitě umělecké tvorby, ať už v poloze dárkových předmětů a šperků, nebo bytových dekorací, či rozměrných tapisérií a krajek do interiérů. [1] Tato skutečnost de facto přetrvává až do dnešní doby.

2.2 Historie a vývoj paličkované krajky v českých zemích

Počátky paličkování v Čechách se datují do 16. století, kdy jeho vývojovým předstupněm byly některé textilní techniky ozdobného zakončování tkanin používané měšťskými a venkovskými ženami. V renesanci se především ženy na venkově učily technice výroby krajky, neboť na venkově nebyl dostatek peněz pro nákup drahých krajek, a tak ty šikovnější začaly krajky vyrábět na prodej nejprve pro sousedy a později pro obchodníky. Z hlediska vývoje krajkářství byly Čechy významnou středoevropskou oblastí, která se vyvíjela zcela pod vlivem západoevropské módy a v těsné vazbě na další krajkářská centra, především Flandry (Nizozemí), Benátky a Francii. Po skončení třicetileté války roku 1648, která výrobu krajek částečně zastavila, se krajkářství začalo znovu rozvíjet, k čemuž přispěla nová móda barokního oděvu, která dekorační možnosti krajky plně využívala.[1][3] V této době bylo užití krajek v oděvu v největší oblibě, ale ještě i v 18. stol.

Velký rozkvět krajkářství zaznamenaly Čechy v 18., ale především v 19. století, kdy se počet výrobních center mnohonásobně zvýšil, např. v Krušných horách z původních 10 tis. krajkářů v 18. stol. na 17 tis. roku 1800 a až na 80 tis. kolem roku 1860. Od druhé poloviny 19. století ovlivňovala průmyslová revoluce všechny obory rukodělné výroby a nevyhnula se ani krajkářství. Postupné změny v odívání, v životním stylu, ve vybavení interiéru a vynález paličkovacího stroje v roce 1806 v Anglii, způsobily pozvolný pokles odbytu ruční krajky a tak snižování aktivních výrobců. Koncem 19. století je evidováno už jen 20 tis. krajkářů, protože té době již plně fungovaly továrny na výrobu strojových krajek v Aši, Kraslicích, Nejdku, Perninku a v Bystřici. I přes neutěšené životní podmínky se ale ještě počátkem 20. stol. živilo ruční výrobou krajek v Čechách tisíce lidí.[1][3] Od té doby se ale jejich počet jen snižoval a v dnešní době je paličkovaná krajka v Čechách spíše jen zájmem úzkého okruhu lidí a spadá do oboru užitě umělecké tvorby.



Obr. č. 3 *Náhrdelník s náušnicí (Vlasta Wasserbauerová, paličkovaný šperk 2001)* [1]

2.2.1 Nejvýznamnější krajkářské oblasti v Čechách a na Moravě

První středisko výroby krajek se zformovalo v Krušnohoří v 16. století a souvisí s rozvojem krušnohorského hornictví, kdy se bohatí patricijové oblékali stejně nákladně jako šlechta do drahých látek zdobených zlatými a stříbrnými lemy a krajkami. Doly nenabízely pracovní příležitosti pro ženy a tak mnohé z nich tkaly a paličkovaly prýmky a krajky. Začátky paličkování jsou zde spojovány s Barbarou Uttmannovou (1514-1575), která zde organizovala obchod s prýmky, pásy, krajkami a dbala na to, aby krajkářky měly nové vzory. Také zaškolovala nové zájemkyně o paličkování. V následujících stoletích na ni bylo vzpomínáno, protože po vyčerpání rudných zásob zůstalo paličkování často jediným zdrojem příjmů a zajišťovalo živobytí mnohým rodinám z této chudé horské oblasti. Důležitým zdrojem obživy tak zde bylo od konce 16. století do poloviny 20. století, kdy se na domácí výrobě krajek podílela celá rodina, neboť výroba krajek nepodléhala cechovním pořádkům. [1][3] Tato oblast byla spolu s podhůřím Orlických hor nejvýznamnější krajkářskou oblastí.

Druhou oblastí, kde je krajkářství doloženo už v 16. stol., je Šumava a jižní Čechy. Nedošlo zde ale k tak rychlému rozšíření výroby jako v Krušných horách, neboť oblast byla méně lidnatá a bylo zde více jiných způsobů obživy. V šumavských a jihočeských krajkářských centrech se zpočátku paličkovaly jemné krajky podle vzorů dodávaných zákazníky. Později se začaly prodávat do okolí a v průběhu 19. století se začaly paličkovat pro chodské kroje a na součást ženských měšťanských čepců. Po roce 1900 se paličkováná krajka uplatňovala na ozdobné okraje kapesníků, rohy polštářů, límce a manžety. [1] Takovéto uplatnění paličkové krajky ale nebylo výsadou této oblasti, neboť se podobné výrobky produkovaly i v dalších oblastech.

Další velmi významnou oblastí krajkářství je podhůří Orlických hor, kam se paličkování dostalo později, až ve 40. letech 17. století. Zde se první krajky vyráběly podle flanderských vzorů. Výroba tu tak zdomácněla a rozvinula se, že se Vamberecko stalo postupem času nejvýznamnější krajkářskou oblastí Čech. Odtud se paličkování rozšířilo do Žamberka, Rychnova nad Kněžnou, Javornice, Rybné nad Zdobnicí, České Rybné nebo Potštejnu, kde vznikla další krajkářská centra. V těchto oblastech se vyráběly především krajky jemné valenciánské a bruselské, které kvalitou zpracování a volbou vzorů patřily k nejlepšímu zboží. Tato oblast proslula především výrobou vláčkových krajek, paličkovaných z tenkých bavlněných nití silně škrobených. Kromě paličkované krajky se zde vyráběla i šitá, jejíž výrobou se zabývalo i hodně mužů. I přes pokles odbytu se zde krajkářská výroba udržela ve značném rozsahu až do celé 1. pol. 20. století. Velkou zásluhu na tom měla i První odborná krajkářská škola založená r. 1889 ve Vamberku. V roce 1929 pak zde bylo založeno muzeum krajek, které zde působí dodnes. [1] Tato oblast je i v dnešní době nejvýznamnější krajkářskou oblastí a paličkovací řemeslo se zde stále udržuje.

Na Moravě se tržní výroba krajek formou domácí výroby nerozšířila. Pouze ve Slezsku byla od 18. stol. menší výrobní střediska. I když se zde ve velkém množství nevyráběly, hojně se na Moravě a Slezsku užívaly na oděvech a krojích. Na rozdíl od české krajky byly moravské často barevné. Na jejich barvení se používala kávová sedlina nebo šafrán. Paličkovalo se hodně z kopřivových nití nebo ze surového hedvábí, kombinovaného pestrými nitěmi, také se zlatem a stříbrem. Slezské krajky se vyráběly hlavně pro vlastní potřebu, bývaly především páskové často s užitím kovových nití. Z Valašska pochází specifická bílá pásková krajka, stáčená do různých motivů, tzv. zákrutková. Z Hané se zachovaly paličkované krajky na oltářních závěsech, obřadních plachtách a hlavně se bohatý hanácký kroj honosil čepci se zlatými krajkami. Také se užívaly na šátcích, plachetkách, lemech velkých límců, košilích, rukávcích, zástěrách nebo sukních. Na Slovácku se zhotovovaly paličkované krajky většinou jen pro vlastní potřebu, a to mnohopárové valenciánské ze surového hedvábí nebo lnu. Také páskové krajky, často kombinované s hedvábím, se zlatými a stříbrnými nitěmi zdobily hlavně okraje šátků a lemy zástěr.[1] V této oblasti se dodnes uplatňuje paličková krajka na lidovém kroji.

3 TECHNIKA RUČNÍHO PALIČKOVÁNÍ

3.1 Popis

Paličkové krajky jsou krajky vyráběné z nití navinutých na paličkách tak, že se různě vzájemně mezi sebou kříží, kroutí a prohazují. Právě prováděná krajka se připevňuje špendlíky k podvínku (technický nákres vzoru, neboli tištěný vzor), který je podložen tvrdým papírem a překryt průhledným papírem (kvůli znemožnění ušpinění krajky od tiskařské barvy) a spolu jsou připevněny k podušce, neboli herduli. Ta je umístěna buď na stojánku, nebo podstavci. Vzniklá krajka se průběžně odšpendluje, takže může být upaličkována v libovolných délkách. Šířku krajky omezuje šířka herdule.[2] Technika ručního paličkování je názorně ukázána na výrobě jednoduché vánoční ozdoby - paličkováném zvonku v příloze č. 1.

3.2 Nástroje a pomůcky

Paličky

Paličky jsou soustruženy ze dřeva, které by mělo být tvrdé. V našich zemích se používali a dodnes používají dva typy – plástíkové (také se jí říká se sukénkou) a bezplástíkové. Jsou složeny z krčku (horní část), dřívku, plástíku u plástíkové a dolního konce. Paličky se často zdobily vyřezáváním, korálky, malováním, z Anglie jsou známy paličky zlaté, stříbrné a ze slonových kostí pro šlechtičny. V chudých krajích se používaly i z rybích kostí, kde se krajce říkalo kostěná.

Plástíkové paličky obsahují plástík, což je dřevěný soustružený dutý váleček, který kryje nitě navinuté na dolním konci paličky. Bezplástíkové paličky mají nitě navinuté na horním konci – krčku paličky a drží se spíše za dolní část. [1][2] Bezplástíkové paličky jsou rozšířenější a více se používají než plástíkové paličky.

Herdule, též poduška, peřinka nebo válec

Herdule se šije ze dvou látek, kde se první plní pilinami nebo senem (dříve i slámou, plevami, koudelí, pískem, dokonce i hlínou), a tak musí být pevnější. Druhá látka je

vrchní, může být slabší, je vyměnitelná a pere se. Musí být velmi tvrdá, aby dobře seděla ve stojánku či podstavci. Herdule může mít různý tvar – válcovitá (Čechy, Španělsko, Itálie, Anglie, Portugalsko), plochá (západního typu), kruhová válcovitá v jejím středu vycpaná do vyššího oblouku (belgická a holandská). V Čechách se nejčastěji používá válcovitěho tvaru, jehož optimální délka je 30 - 40 cm a poloměr základny válce 7,5 – 10 cm. Velikost herdule omezuje šířku krajky, ne však délku, protože se s herdulí v průběhu práce otáčí. [1][2] Na jedné straně herdule se tedy paličkuje a na druhé straně se hotová krajka uvolňuje odšpendlováním.

Podstavce – stojánky

Podstavec se dává pod herduli, protože ta musí stát při práci pevně, nesmí se otáčet, posunovat ani kývat. Podstavce stojící na stole jsou velmi nízké. Stojánky stojící na zemi dosahují výšky stolu. Oba typy jsou ze dřeva. Někdy bývá použito místo nich košíku, ošatky nebo šuplíku, či truhlíčku. [1][2]



Obr. č. 4 Herdule s nízkým stojánkem na stůl

Podvinek – technický nákres vzoru

Podvinek je technický nákres vzoru paličkované krajky, resp. kreslený, tištěný, kopírovaný nebo dříve jen špendlíky vypíchaný vzor krajky na papíře. Aby nedošlo k ušpinění krajky od tiskařské barvy, je vhodné na podvinek položit průhledný papír. Spolu jsou pak upevněny k herduli. Podle podvinku se pak krajka paličkováním vytváří. [1] Ukázka podvinku se značkami pro druhy paličkovacích technik je v příloze č. 2.

Nitě – příze

K paličkování se původně používaly nitě předené ručně, a to velmi tenké. Klasické krajkářské nitě by měly být dvakrát sprádané, bez vlasu a bělené, obvykle lněné nebo bavlněné. Dříve se používaly i nitě hedvábné, méně pak konopné, vlněné, zlaté, stříbrné, kopřivové i z koňských žíní, slámy a dokonce i z vlasů. V dnešní době se používají nitě

chemické a směsové. Nit vláčka – bavlněná, bílá, velmi tenká a silně škrobená, dala název jednomu druhu paličkované krajky, tzv. vláčce.[1][2]

Špendlíky

Krajkářským špendlíkem se přichycuje právě vznikající paličkovaná krajka k podvinku a herduli. Má být co nejdelší a pokud možno tenký, u hustých vzorů pak s malou hlavičkou. Dříve se špendlíky používaly u jednoduchých vzorů jen zřídka, přichycovaly se hlavně okraje. U složitých vzorů se bez špendlíků nedalo obejít, jejich vynález dal vzniknout právě jemné a složité krajce.[1][2] Samozřejmě je velikost špendlíku odvislá především od druhu paličkované krajky a síly materiálu.

3.3 Přípravné práce

Před začátkem paličkování je třeba udělat tzv. přípravné práce, mezi které patří navíjení paliček nitěmi, upevnění herdule ve stojanu nebo podstavci a příprava podvinku. Pak je teprve možné zahájit vlastní paličkování.

Navíjení paliček

Pláštikové paličky se navíjejí na dolním konci dřívku otáčením paličky zprava doleva. Na dřív s navinutou nití se pak navlékne pláštík a palička se před ujížděním zajistí uzlíkem pod krčkem. Bezpláštikové paličky se navíjí na horním konci paličky – krčku. Při navíjení se drží opačně, ale konečný efekt při svěšení paličky je shodný. [1][2]

Příprava herdule

Herdule, neboli poduška musí stát ve stojanu nebo podstavci pevně a na místě s dostatkem světla. Sama o sobě musí být čistá a velmi hustě naplněná, aby se na ní dobře pracovalo. Po stranách jsou napíchané špendlíky, ve středu je pak podvinek. [2]

Příprava podvinku

Podvinek se položí na tvrdý papír (čtvrtku) lícem dolů, protože vrch krajky, je na konec rub a tak je buď na průhledném papíře a nebo je již natisknut zrcadlově – obráceně. Přes něj je vhodné položit pauzovací papír, aby se krajka neumazala od tiskařské barvy. Čtvrтка, podvinek a průhledný papír se přišpendlí na herduli v jejím středu. Na začátek podvinku se na špendlíky navěsí navinuté paličky. Příze je asi 10 cm dlouhá, paličky je

třeba udržovat stále stejně dlouhé. [1][2] Tímto okamžikem dochází k začátku paličkování krajky.

3.4 Druhy paličkových technik

Vlastní paličkování je prováděno paličkovacími technikami, mezi základní patří: kroucení, řetízek, pláténko, dvojité pláténko, obtáčené pláténko, polohod, kroucené páry, pikotky, přiháčkování, spojky, hvězdička, pavouček, lístkovina, obtahovačka, vodivý pár, vložená nit, vložený pár, vložený řetízek, půdice, dírková půdice, buňková půdice, hráška, hrachovina, vláčka, valencienka. [1]

3.5 Dokončovací práce

K dokončovací práci po upaličkování krajky patří její škrobení, žehlení a nakonec vyjmutí špendlíků z oček krajky. Tím se krajka odstraní z herdule a je hotová.



Obr. č. 5 Ukázka právě dokončené paličkové krajky sejmuté z herdule - ručně paličkový Karlštejn (Ing. Mária Křelinová, 2007)

4 NÁVRH A VÝROBA PALIČKOVANÉHO VÝROBKU

Vzhledem ke skutečnosti, že předmětem této bakalářské práce je analýza prodeje textilních propagačních výrobků, a to prostřednictvím produktu vyrobeného technikou ručního paličkování, bylo za tímto účelem rozhodnuto nechat vyrobit paličkovaný obrázek na zeď, resp. stůl s tematikou regionu Liberec. Tím vzniknul netradiční propagační a upomínkový předmět na region.

Pro výrobu uvedeného předmětu byl vybrán jeden z nejvýraznějších motivů pro tyto účely, a to stavba horského hotelu a televizního vysílače Ještěd, kterou navrhnul v letech 1965-73 architekt Karel Hubáček. Za tuto stavbu získal jako jediný český architekt od Mezinárodní unie architektů v roce 1969 Perretovu cenu. I samotná budova již získala díky své originalitě mnohá ocenění: např. národní kulturní památka, stavba 20. století a nyní dokonce usiluje o zápis mezi památky UNESCO.



obr. č. 6 *Horský hotel a TV vysílač Ještěd*



obr. č. 7 *Ing. Arch. Karel Hubáček [2]*

4.1 Iva Prošková – návrh podvinku Ještědu

Před samotnou výrobou obrázku s motivem Ještědu bylo nejprve nutné oslovit výtvarníka, který by jej dovedl zpracovat do podoby podvinku (technického nákresu vzoru) pro paličkovací techniku.

Jednou z vhodných výtvarnic se zdála být paní Iva Prošková z Prahy, která v naší republice patří mezi nejvýznamnější osoby paličkované krajky současnosti. Paní Proško-

vá učila v letech 1968 až 1984 paličkovanou krajkou a tkaní ve Školském ústavu umělecké výroby, pro který též navrhovala a kreslila podvinky. V roce 1987 založila firmu Paličkování, která trvá dodnes a zabývá se výrobou, výukou a vydavatelstvím v oboru ručních textilních a zvykoslovných technik. V roce 1992 se stala zakladatelkou Vzdělávacího spolku uměleckých řemesel, který se zabývá vzděláváním dospělých. Od tohoto roku do dnešní doby vydává časopis Paličkování a v rámci něho podvinky pro paličkovanou a šitou krajkou. Často vystavuje své práce doma i v zahraničí. Jejím hlavním oborem tvorby a výuky je právě paličkováná krajka. Věnuje se ale i ručnímu tkaní, výšivce, síťování, drátovanému šperku aj. technikám. Je autorkou několika učebnic a publikací o textilní řemeslné tvorbě.[4]

Paní Prošková byla oslovena, zda by přijala zakázku na výrobu podvinku s motivem Ještědu vhodného pro obrázek vel. A4 na zeď, či stůl záramovaný pod sklem a podložený barevným podkladem. Zakázku ráda přijala a daný podvinek vyhotovila. Cena tohoto podvinku byla předem dohodnuta na 450 Kč a byla dodržena. Sama ale k tomuto výtvarnému zpracování uvedla, že se tento vzor Ještědu nekreslil nijak dobře, protože je pro takovou unikátní stavbu těžké vymyslet dobrou stylizaci a kompozici. Podotkla, že si nejprve udělala na počítači kompozici ze samých elips pro vlastní stavbu, stavbu doplnila dalšími elipsami znázorňující pomyslné vysílané radiové vlny a nakonec vše dala do mraků, které doplňují elipsovou kompozici. Podvinek zpracovala velice originálně, nevšedně a moderně, takže se ne každému takové výtvarné pojetí musí líbit, či se zdát vhodné a povedené, pro tradiční ruční řemeslo, kterým paličkování je.

Hotový podvinek (technický nákres) je vyobrazen v příloze č. 2.

4.2 Ing. Mária Křelinová – výroba obrázku s paličkovaným motivem Ještědu

Výrobou obrázku s paličkovaným motivem Ještědu byla pověřena paní Ing. Mária Křelinová z Neratovic, která se paličkováním zabývá řadu let a je jejím koníčkem prováděným ve volných chvílích, nyní již ve starobním důchodu. Právě pro tuto paličkářku je v bakalářské práci analyzováno, zda by si dokázala výrobou paličkových obrázků Ještědu, případně obrázků s jinými paličkovacími motivy přivydělávat k důchodu, či nikoliv.

Paličkovaný výrobek

Jedná se o obrázek na zeď interiéru, nebo stůl, velikosti A4, zarámovaný pod sklem clip rámečkem, kde motiv Ještědu je vyroben technikou ručního paličkování z bílé bavlněné příze. Aby motiv vyniknul, je podložen černou čtvrtkou formátu A4. Pro variace produktu byl zvolen různě barevný podklad.

Název výrobku: Ručně paličkovaný obrázek Ještědu

Nomenklatura: č. 1.1 – na černém podkladu

Variace: č. 1.2 - na vínovém podkladu

č. 1.3 - na červeném podkladu s oranžovým rámečkem

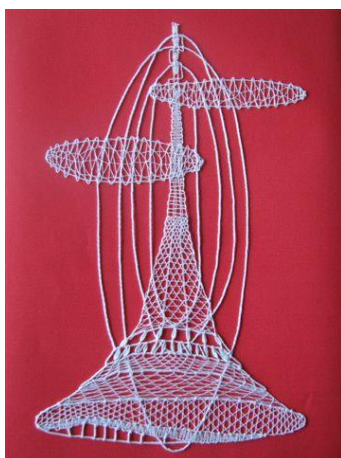
č. 1.4 - na oranžovém podkladu s červeným rámečkem

č. 1.5 - na červeném podkladu s bílým rámečkem

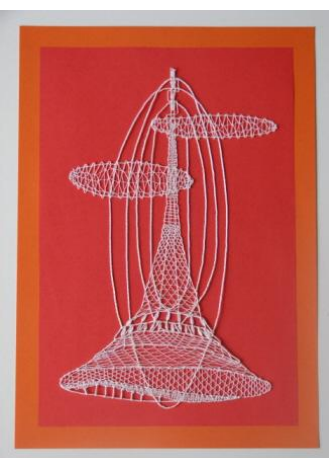
č. 1.6 - na modrém podkladu s bílým rámečkem



obr. č. 8 Ručně paličkovaný
Ještěd, nomenklatura č. 1.1



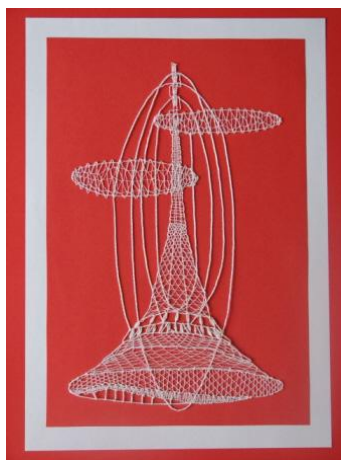
obr. č. 9 Ručně paličkovaný
Ještěd, nomenklatura č. 1.2



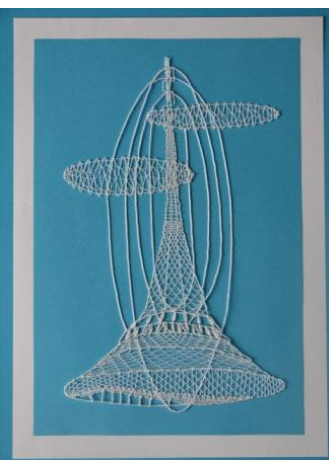
obr. č. 10 Ručně paličkovaný
Ještěd, nomenklatura č. 1.3



obr. č. 11 Ručně paličkovaný
Ještěd, nomenklatura č. 1.4



obr. č. 12 Ručně paličkovaný
Ještěd, nomenklatura č. 1.5



obr. č. 13 Ručně paličkovaný
Ještěd, nomenklatura č. 1.6

Materiálové složení

Paličkovaný motiv Ještědu je zarámovaný skleněným clip rámečkem velikosti A4, snadno udržovatelným od prachu pomocí běžného čistícího prostředku na sklo.

Paličkováná krajka – Ještěd - je v rámečku podložena kreslicím kartonem – barevnou čtvrtkou formátu A4, která je lehce vyměnitelná, pokud by bylo třeba ji vyměnit, nebo změnit barvu pozadí.

Ještěd je upaličkován z příze obchodní značky Kordonet 80 Niťárna Česká Třebová. Tato příze je ze 100% bavlny, jemnosti 14,5x2x2 tex, která je určena pro háčkování a paličkování.



obr. č. 14 Ukázka paličkovácí příze



obr. č. 15 Symboly údržby pro přízi

Příprava pro paličkování Ještědu

Herdule válcovitého tvaru, dřevěný nízký stojan pod herduli stojící na pracovním stole, 16 párů paliček, tzn. 32 ks dřevěných plástíkových paliček, sada špendlíků, příze ze 100% bavlny obch. zn. Kordonet 80 Niťárna Česká Třebová jemnosti 14,5x2x2 tex, škrob na tužení zhotovené krajky např. obchodní značky Unipret od Nature pro tužení za studena, podvinek s výtvarným návrhem Ještědu, tvrdý papír na položení na herduli a průhledný papír nebo folie na překrytí podvinku.

Popis postupu výroby paličkové krajky Ještědu pro obrázek

Na herduli byl zavěšen tvrdý papír, na který se položil podvinek (technický ná-kres). Přes podvinek se položil průhledný papír, aby se krajka od podvinku neušpinila (neobtiskla) a vše se připíchlo špendlíky s kovovou hlavičkou k herduli.

Paličkovat se začalo od vrcholu Ještědu, kde bylo navázaných 10 párů paliček a v prostoru znázorňujících okna Ještědu se pak přešlo k 16-ti párům paliček. S těmi se pak paličkovalo až do konce výrobku, který představuje základnu vysilače.

Vrchol Ještědu byl upaličkován technikou kanafas, pomyslné radiové vlny technikou řetízek, mraky pomocí techniky nazvané cuchanina, mezi vrcholem a střední částí byla použita technika pláténko – dva páry, střední část stavby až po okna byla upaličkována technikou nazvanou hráška, na okna byla použita technika lístkovina – lístek, pod okny byly spodní tři plochy upaličkovány v technice polohod, základna stavby byla paličkována technikou pláténko a pomyslné zábradlí bylo upaličkováno technikou řetízek.

Po upaličkování celého výrobku se odstříhly zbylé nitě tak, aby nebyly vidět. Poté se krajka naškrobila a přežehlila, čímž došlo k jejímu natužení a fixaci tvaru. Na závěr se vyndaly špendlíky z oček krajky, čímž se krajka odstranila z herdule a byla hotová.

Čas potřebný na upaličkování této krajky s motivem Ještědu byl cca 15 hodin, včetně přípravných prací.



obr. č. 16

obr. č.17

obr. č. 18

Ukázka postupu výroby paličkováného Ještědu (Ing. Mária Křelinová, 2009)

Vlastnosti výrobku

Jelikož se jedná o paličkovanou krajku zarámovanou skleněným clip rámečkem, nepředpokládá se její vlastní údržba. Sklem je krajka dobře chráněna a fixována, není třeba ji nijak čistit a udržovat. Jen samotný rámeček je vhodné stírat od usazeného prachu pomocí běžných čistících prostředků na sklo. Pokud by časem došlo k vyblednutí barevného podkladu, je možné rámeček rozdělat a tento podklad snadno vyměnit, neboť krajka není na podkladu nijak připevněná. Krajka si drží svojí prostorovou polohu na podkladu díky přitisknutému sklu. Nepředpokládá se změna vybarvení samotné krajky. Pokud by přeci jen ale došlo vlivem slunečního světla k zežloutnutí bílé škrobené bavlněné příze, krajku je možné šetrně vyprat v ruce a poté usušit tak, aby byl zafixován její tvar. Po usušení krajky je nutné ji znovu naškrobit, přežehlit a usušit. Pak už se jen zpátky zarámuje.

5 MARKETINGOVÝ VÝZKUM PRODEJNOSTI RUČNĚ PALIČKOVANÝCH OBRÁZKŮ S TEMATIKOU REGIONU LIBEREC

Za pomoci marketingového výzkumu je proveden zadaný průzkum prodejnosti paličkovaných obrázků s tematikou regionu Liberec a jeho následné vyhodnocení.

5.1 Téma, cíl a rozsah výzkumu

Tématem výzkumu jsou paličkované obrázky na zeď či stůl s tematikou regionu Liberec, jehož hlavním zástupcem je stavba horského hotelu a TV vysílače na vrcholu Ještědu a jiné obecně známé motivy představující tento region jako např. liberecká radnice, zřícenina hradu Trosky, zámek Sychrov, liberecká ZOO atd.

Cílem výzkumu je zjištění, zda by byl ze strany potenciálních zákazníků zájem o koupi ručně paličkovaných obrázků s tematikou regionu Liberec, které by plnily funkci propagačního a upomínkového předmětu na tento region a dále zjištění ze strany potenciálních prodejců v Liberci, zda by byl zájem rozšířit svůj sortiment nabízeného zboží o tyto výrobky.

Rozsah výzkumu: Marketingový výzkum se skládá ze dvou dílčích výzkumů, kde první je zaměřen na respondenty z řad potenciálních zákazníků a druhý je učiněn vůči potenciálním prodejcům paličkovaných obrázků.

5.2 Typ výzkumu

Byl zvolen primární typ výzkumu, kterým jsou sesbírány nová data (dříve nikde nesesbíraná) potřebná pro získání řešené věci. Tento primární výzkum byl dále zvolen deskriptivního charakteru (popisný), který podává informace o daném jevu a jeho současném stavu, aniž by analyzoval příčiny tohoto stavu.[9]

Daný typ výzkumu popsal ochotu zákazníků koupit nabízené ručně paličkované obrázky s tematikou regionu Liberec a ochotu prodejců zařadit do svého sortimentu takovéto produkty.

5.3 Stanovené domněnky v rámci marketingového výzkumu

Nejprve bylo nutné stanovit si domněnky, které budou sledovat téma a cíl marketingového výzkumu. Teprve poté k nim bylo možné vytvořit vhodné otázky do dotazníkového šetření, kterými se došlo k získání potřebných informací, jak z prvního dotazníku určeného respondentům zákazníkům, tak z druhého dotazníku určeného respondentům prodejcům.

5.3.1 Domněnky k výzkumu ze strany zákazníků

D1z: Produkty ručního paličkování jsou i v dnešní době líbivé.

D2z: Obrázek s paličkováním motivem horského hotelu a televizního vysílače Ještěd (viz. příloha č. 5) je prodejný, resp. koupěschopný výrobek.

D3z: Nejlíbivější obrázek s paličkováním motivem stavby horského hotelu a TV vysílače Ještěd (viz. příloha č. 5) je na tradičním černém podkladu.

D4z: Paličkování obrázek Ještědu (viz. příloha č. 5) není zákazníky reálně ohodnocen cenou skutečné práce.

D5z: Jiné téma regionu Liberec zpracované paličkováním v obrázek než Ještěd by nebylo tak prodejné.

D6z: Tradičně paličkování motivy používané do obrázků (viz. příloha č. 6) jsou zajímavějším prodejním artiklem než motiv stavby horského hotelu a TV vysílače Ještěd.

5.3.2 Domněnky k výzkumu ze strany prodejců

D1p: Produkty ručního paličkování jsou i v dnešní době líbivé.

D2p: Pro prodejce je ručně paličkování obrázek stavby horského hotelu a TV vysílače Ještěd velikosti A4 zarámovaný pod sklem (viz. příloha č. 5) zajímavým zbožím.

D3p: Nejprodávanejší, resp. nejhezčí návrh paličkování obrázku Ještědu (viz. příloha č. 5) je na tradičním černém podkladu.

D4p: Paličkování obrázek Ještědu (viz. příloha č. 5) je nejlépe prodejný v cenovém rozpětí do 500 Kč.

D5p: Jiné téma regionu Liberec zpracované paličkováním pro obrázek než Ještěd by prodejny nenabízely.

D6p: Paličkováním tradičně zpracovávané motivy užívané do obrázků (viz. příloha č. 6) jsou zajímavějším prodejním zbožím než motiv stavby horského hotelu a TV vysílače Ještěd.

5.4 Metody a techniky sběru, zpracování a analýzy dat

Metodou sběru našich primárních dat bylo dotazování.

Technika sběru dat byla zvolena formou osobního dotazování postupem striktně strukturovaným s využitím dotazníku (pro respondenty prodejce a některé zákazníky) a dále technika písemného dotazování prostřednictvím dotazníku zasláného vybraným respondentům (zákazníkům) elektronicky.

Nástrojem získávání informací od respondentů byly vytvořené dva dotazníky, z nichž první získal informace od respondentů představujících potenciální zákazníky paličkovaných obrázků s tematikou regionu Liberec a druhý získal informace od respondentů zastupujících potenciální prodejce (maloobchodní prodejny) těchto produktů.

Dotazník pro respondenty - zákazníky (viz. příloha č. 3) obsahoval 1 úvodní otázku, 5 otázek o subjektu (tvořící jádro dotazníku) a 3 klasifikační otázky (zjišťující charakteristiku respondenta – věk, pohlaví, bydliště). Všechny otázky byly uzavřeného typu a odpovídalo se na ně jednou z nabízených odpovědí.

Dotazník pro respondenty – prodejce (viz. příloha č. 4) obsahoval 1 úvodní otázku, 5 otázek o subjektu a 1 otázku identifikační (název a adresa prodejny). Všechny otázky byly rovněž uzavřeného typu a odpovídalo se na ně jednou z nabízených odpovědí.

Zpracování dat bylo provedeno tak, že byly zkontrolovány dotazníky a vyplněné údaje, kde nebyly zjištěny závažné chyby. Bylo provedeno kódování dat přiřazením číselných hodnot k vybraným odpovědím, aby mohla být zadána a vyhodnocena počítačem.

Analýza dat byla provedena pomocí vyhodnocování jedné proměnné metodou popisné statistiky (získává představu rozmístění dat v základním souboru), a to prostřednictvím procentuálního hodnocení odpovědí všech respondentů, resp. odpovědí respondentů v rámci jednotlivých kategorií.

5.5 Výběr vzorku a velikosti respondentů

Výběr vzorku respondentů byl pro oba vzorky respondentů (zákazníci a prodejci) zvolen přístupem nepravděpodobnostním záměrným využívajícím nestatistické metody, a to za pomoci úsudkového výběru.

Velikost vzorku respondentů byla rovněž stanovena nestatistickou metodou dle úsudku a dostupnosti respondentů.

Vzorek respondentů pro první dotazník představoval 115 potencionálních zákazníků schopných samostatného nákupu propagačních, upomínkových a interiérových předmětů. Z celkového počtu 115-ti (100 %) respondentů bylo v kategoriích:

- věk - zastoupeno 6 % dětí a mladistvých, 87 % respondentů produktivního věku a 7 % respondentů důchodového věku,
- pohlaví - zastoupeno 78 % žen a 22 % mužů,
- bydliště - zastoupeno 33 % respondentů z Libereckého kraje a 67 % respondentů bydlících mimo tento kraj.

Pro druhý dotazník byla velikost vzorku stanovena na 10 respondentů, kteří představovali potencionální prodejce paličkových obrázků ve městě Liberec (maloobchodní prodejny), se zaměřením na upomínkové a propagační předměty, obrazy a obrázky, interiérové umělecké doplňky a předměty ruční výroby.

5.6 Výsledky výzkumu a jejich analýza

5.6.1 Domněnka D1z (zákazníci)

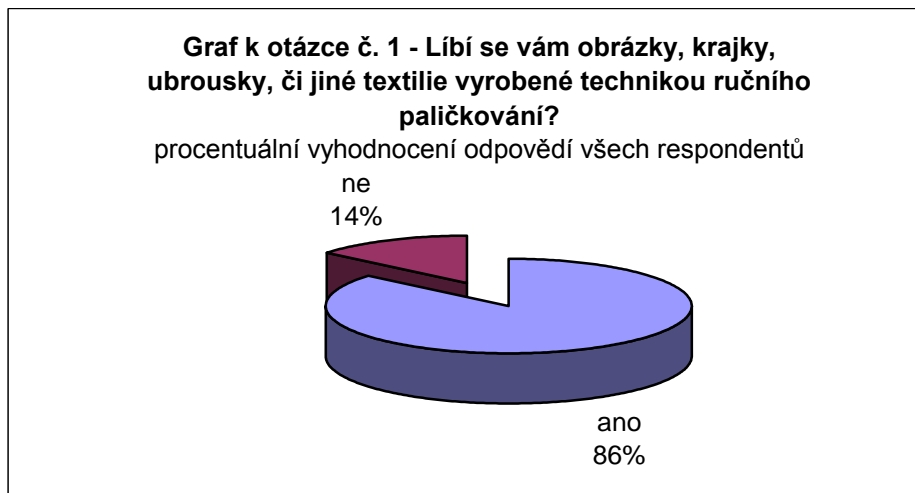
D1z: Produkty ručního paličkování jsou i v dnešní době líbivé.

Otázka č. 1: Líbí se Vám obrázky, krajky, ubrousky, či jiné textilie vyrobené technikou ručního paličkování?

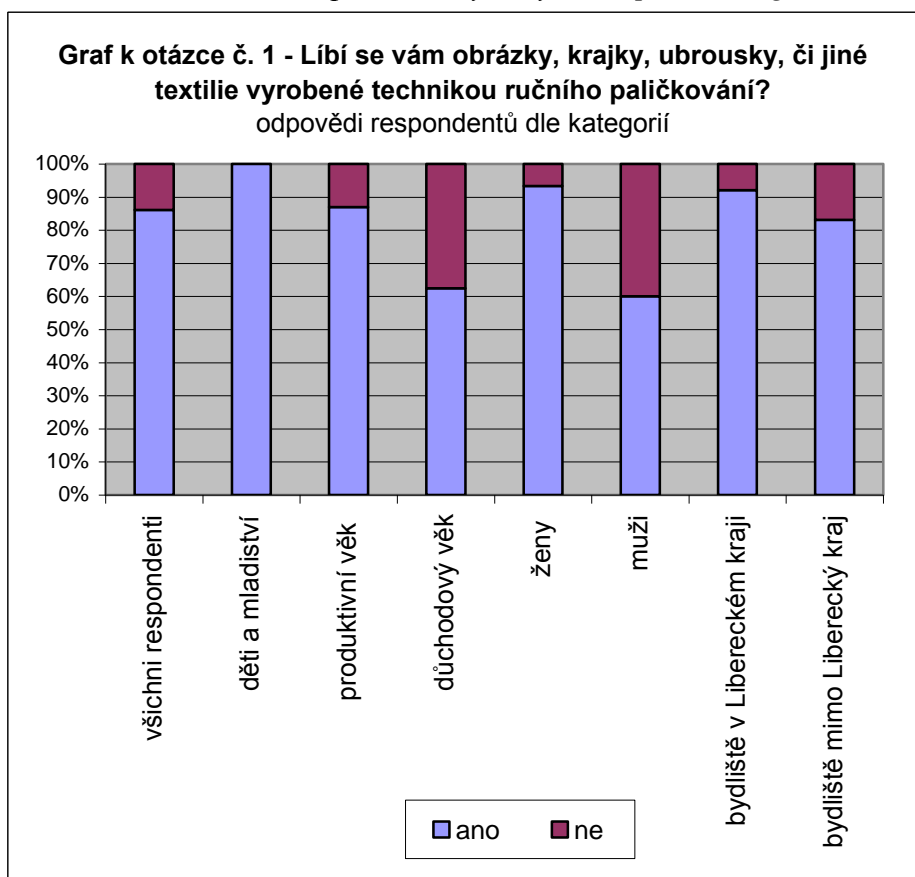
Vyhodnocení otázky č. 1: 86-ti % respondentů se líbí zmiňované produkty ručního paličkování, zatímco jen 14-ti % se nelíbí. Pokud se vyhodnotily odpovědi podle kategorií, tak ženám se tyto produkty líbí z 93 % a mužům jen ze 60 %. V kategorii dle věku se dětem a mladistvým tyto produkty líbí 100 %, respondentům v produktivním věku se líbí z 87 % a v důchodovém věku ze 62 %. V kategorii podle bydliště není pro tuto otázku procentuální vyhodnocení odpovědí respondentů rozhodující, a proto ji nebudeme blíže specifikovat.

Výsledek domněnky D1z: **Domněnka D1z se potvrzuje**, neboť bylo průzkumem prokázáno, že většině respondentů se líbí takovéto produkty ručního paličkování, a to i pokud se na respondenty díváme v rámci jednotlivých kategorií.

Graf č. 1 *Libivost paličkovaných výrobků*



Graf č. 2 *Libivost paličkovaných výrobků podle kategorií*



5.6.2 Domněnka D2z (zákazníci)

D2z: Obrázek s paličkovaným motivem horského hotelu a televizního vysílače Ještěd je prodejný, resp. koupěschopný výrobek.

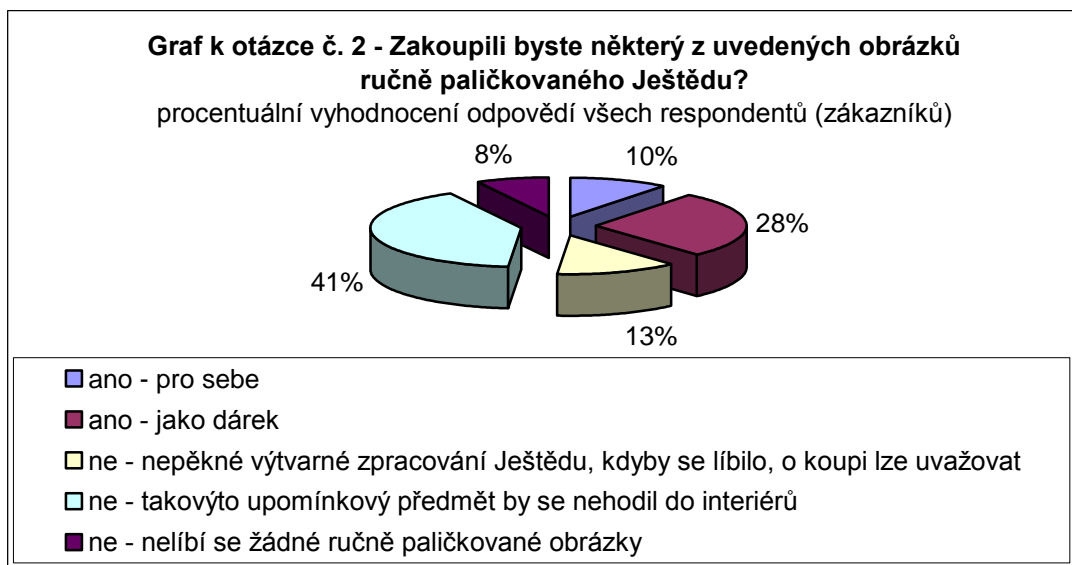
Otázka č. 2: Zakoupili byste některý z uvedených obrázků ručně paličkovaného Ještědu (velikost A4 zarámovaný pod sklem)? Viz. příloha č. 5.

Vyhodnocení otázky č. 2: 10 % respondentů by si takovýto obrázek zakoupila pro sebe a 28 % respondentů by jej zakoupila jako dárek pro své blízké či známé. Dalších 13 % respondentů by o koupi tohoto produktu uvažovala, ale jen v případě, že by se jim líbilo výtvarné zpracování motivu Ještědu, neboť toto nabízené se jim nelíbí a nezakoupili by jej. 41 % respondentů odpovědělo, že by si tento výrobek nezakoupili z důvodu, že by se takovýto upomínkový předmět na Liberec nehodil ani do jejich interiéru, ani do interiéru blízkých či známých. 8 % respondentů by si daný paličkovaný obrázek nezakoupilo vůbec, protože se jim nelíbí žádné obrázky na stěnu, či stůl provedené technikou ručního paličkování. Z toho vyplývá, že 38 % respondentů si by nabízený obrázek koupilo a 62 % respondentů ne, přičemž je zde ještě 13-ti % skupina respondentů z těch, kteří odpověděli záporně, která by o obrázek paličkovaného Ještědu stála v případě, že by se jim výtvarné pojetí motivu Ještědu líbilo. Tzn., že této skupině by musela být nabídnuta jiná verze obrázku zpracovaná na podkladě jinak výtvarně pojatých podvinků (technických nákresů) pro upalíčkování motivu Ještědu vhodného pro obrázek. Dohromady s touto skupinou pak lze uvažovat, že koupěschopnost motivu horského hotelu a TV vysílače Ještěd zpracovaného paličkováním v obrázek na zeď či stůl by mohla být v ideálním případě až 51 %.

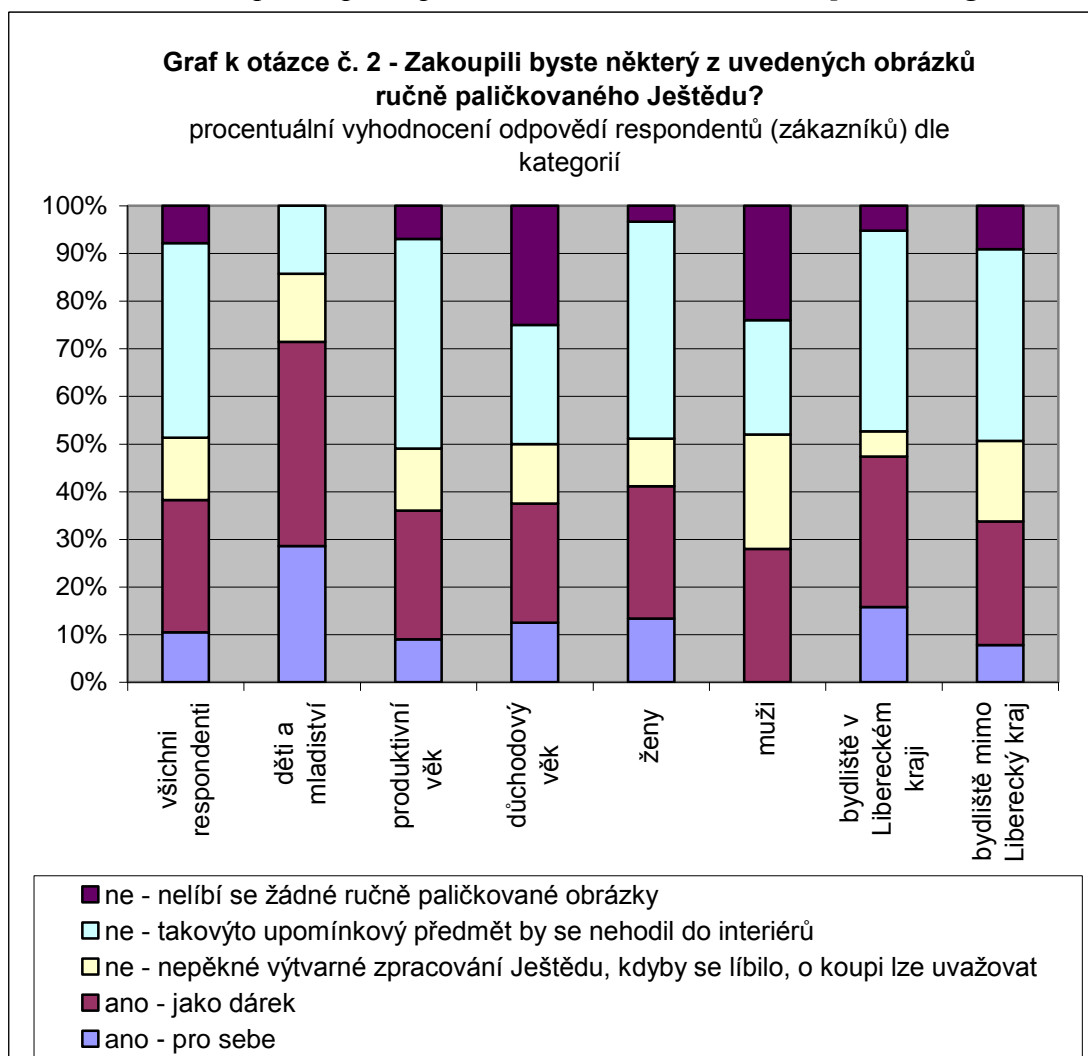
Jestliže je na koupěschopnost paličkovaného obrázku Ještědu díváno z pohledu respondentů v rámci stanovených kategorií, pak bylo zjištěno, že se odpovědi jednotlivých kategorií od sebe výrazně neliší a koupěschopnost je u nich obdobná. Kolem poloviny respondentů v každé kategorii (kromě kategorie děti a mladiství - zde to je jen 28 %) by si daný výrobek koupila a o koupi by uvažovala v rámci jiného výtvarného zpracování motivu a kolem poloviny respondentů by si jej nezakoupila.

Výsledek domněnky D2z: **Domněnka D2z se potvrzuje**, neboť bylo průzkumem prokázáno, že respondentům nabízený obrázek s paličkovaným motivem stavby horského hotelu a televizního vysílače Ještěd je prodejný, resp. je koupěschopný produkt, když by si jej 38 % respondentů zakoupilo a dalších 13 % by o koupi také uvažovala, kdyby jí byl nabídnut v jiné verzi výtvarného zpracování. Tzn., že téma Ještědu zpracované paličkováním v obrázek (který by sloužil jako propagační a upomínkový předmět na region Liberec), je prodejné.

Graf č. 3 *Koupěschopnost paličkovaného obrázku Ještědu*



Graf č. 4 *Koupěschopnost paličkovaného obrázku Ještědu podle kategorií*



5.6.3 Domněnka D3z (zákazníci)

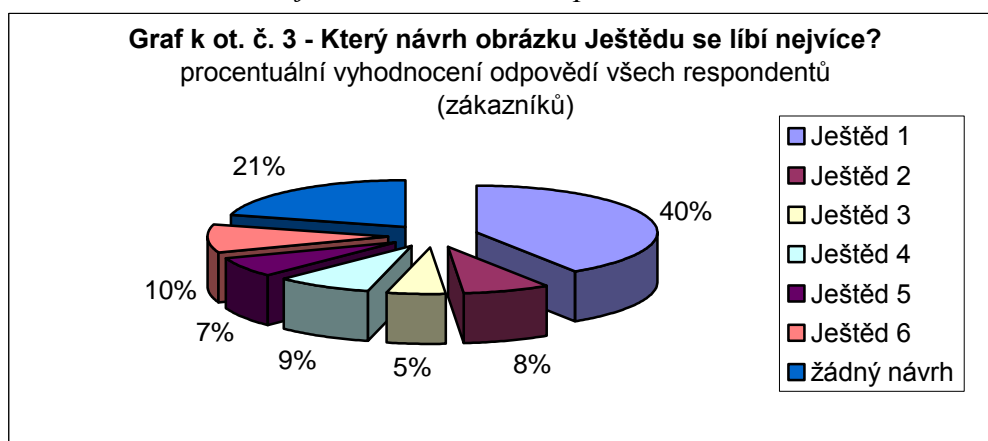
D3z: Nejlíbivější obrázek s paličkovaným motivem stavby horského hotelu a TV vysílače Ještěd je na tradičním černém podkladu.

Otázka č. 3: I pokud jste nezaškrkli v předchozí odpovědi možnost ano, prosím Vás, odpovězte, který obrázek Ještědu (na jakém podkladu) se Vám líbí nejvíce? Viz. příloha č. 5?

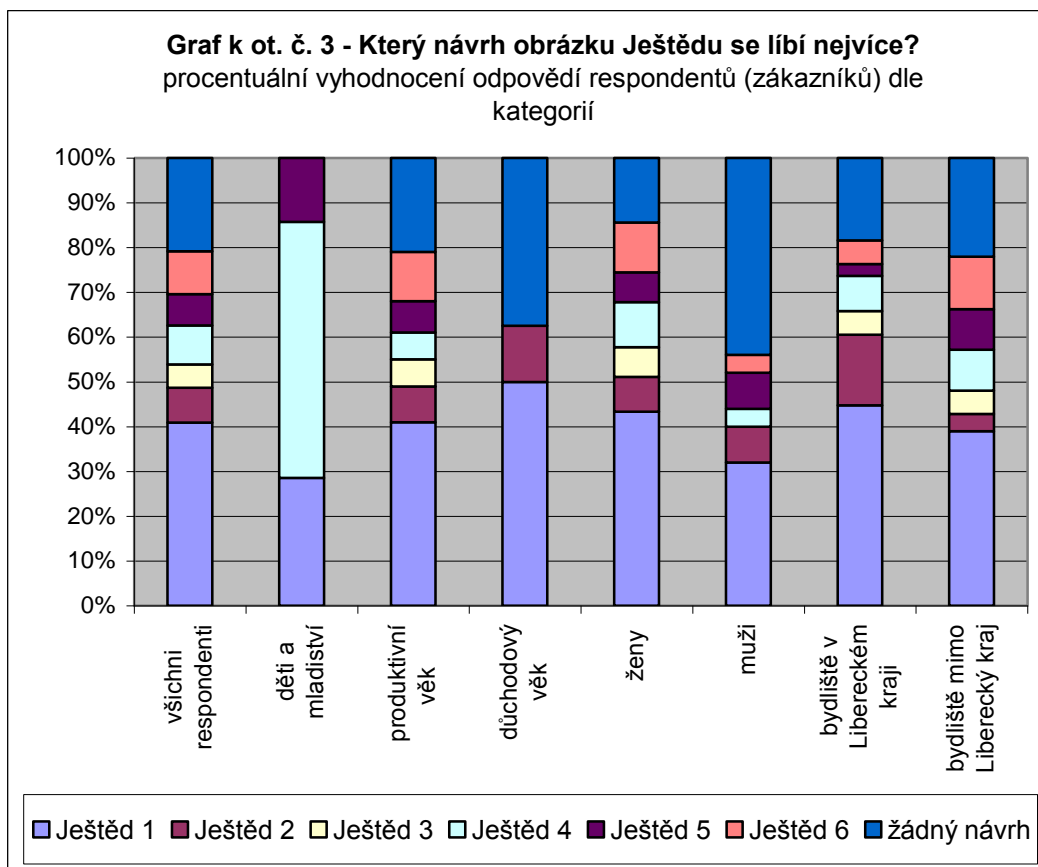
Vyhodnocení otázky č. 3: Respondentům bylo nabídnuto 6 variant obrázku Ještědu lišící se barevným provedením podkladu pod paličkovanou krajku Ještědu. Průzkumem bylo zjištěno, že nejlíbivější je Ještěd 1 na černém podkladu bez rámečku, pro něhož se vyslovilo 40 % respondentů, 10- ti % respondentů se líbil Ještěd 6 na modrém podkladu s bílým rámečkem, 9 % respondentů upřednostnilo Ještěd 4 na oranžovém podkladu s červeným rámečkem, 8 % respondentů zvolilo Ještěd 2 na vínovém podkladu bez rámečku, 7 % respondentů zvolilo Ještěd 5 na červeném podkladu s bílým rámečkem, 5 % respondentů si vybralo Ještěd 3 na červeném podkladu s oranžovým rámečkem a 21 % respondentů se nelíbil žádný návrh. Pokud se podíváme na výsledky podle jednotlivých kategorií, tak i v každé z nich byl nejlíbivějším obrázek Ještěd 1 na černém podkladu.

Výsledek domněnky D3z: **Domněnka D3z se potvrzuje**, neboť bylo průzkumem prokázáno, že se respondentům nejvíce líbil Ještěd 1, tedy obrázek s paličkovanou krajkou Ještědu na černém podkladu, což je tradiční a nejužívanější podklad pod paličkovanou krajkou.

Graf č. 5 Nejhezčí návrh obrázku paličkovaného Ještědu



Graf č. 6 Nejhezčí návrh obrázku paličkovaného Ještědu podle kategorií



5.6.4 Domněnka D4z (zákazníci)

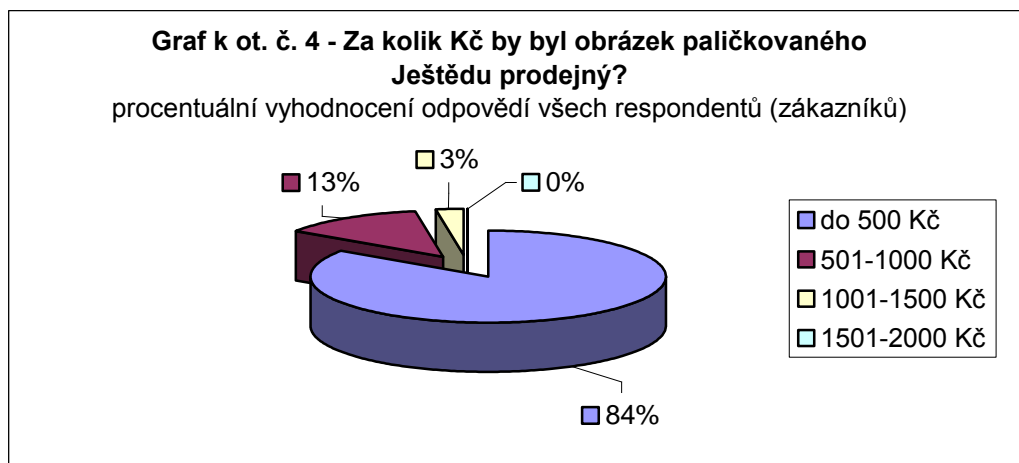
D4z: Paličkovaný obr. Ještědu není zákazníci reálně ohodnocen cenou skutečné práce.

Otázka č. 4: I v případě, že byste si obrázek Ještědu z přílohy dotazníku nekoupili, zkuste, prosím Vás, zvážit, za jakou cenu by byla tato ruční práce zřejmě prodejná, resp. kolik byste byli ochotni za ni zaplatit?

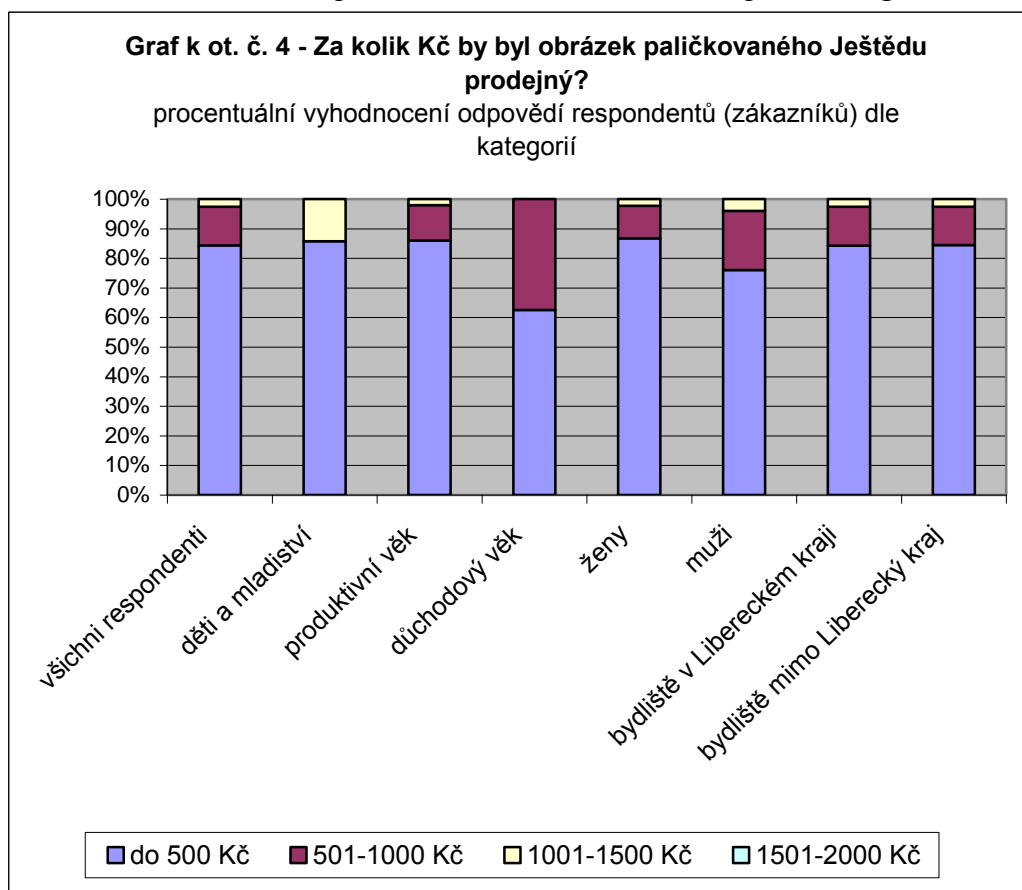
Vyhodnocení otázky č. 4: 84 % všech respondentů by za paličkovaný obrázek Ještědu byla ochotna zaplatit do 500 Kč, 13 % od 501 do 1000 Kč, 3 % od 1001 do 1500 Kč a nikdo by jej nekoupil za cenu v rozmezí 1501 až 2000 Kč. Výsledky v rámci jednotlivých kategorií jsou podobné jako výsledky odpovědí všech respondentů dohromady, až na kategorii důchodců, kteří by byli ochotni zaplatit ve větší míře kolem 40 % za obrázek od 501 do 1000 Kč a děti a mladiství by byli ochotni z necelých 15 % zaplatit od 1001 do 1500 Kč.

Výsledek domněnky D4z: **Domněnka D4z se potvrzuje**, neboť průzkum ukázal, že respondenti jsou převážně ochotni zaplatit za paličkovaný obrázek Ještědu do 500 Kč, což neodpovídá skutečnému ohodnocení této náročné ruční práce.

Graf č. 7 Ocenění paličkovaného obrázku Ještědu



Graf č. 8 Ocenění paličkovaného obrázku Ještědu podle kategorií



5.6.5 Domněnka D5z (zákazníci)

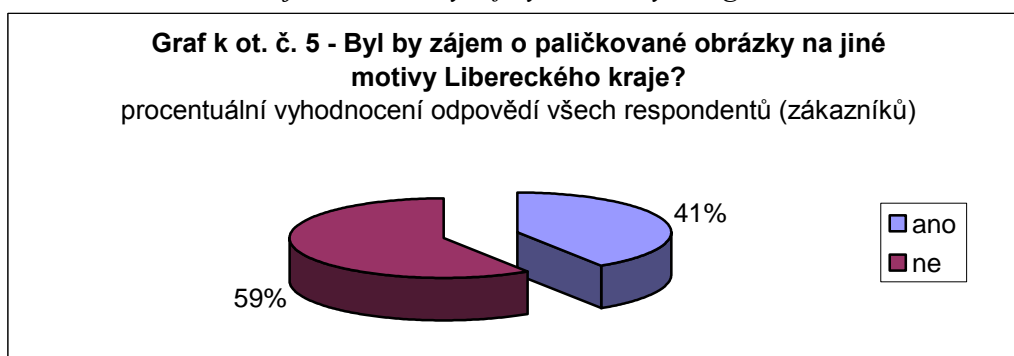
D5z: Jiné téma regionu Liberec zpracované paličkováním v obrázek než Ještěd by nebylo tak prodejné.

Otázka č. 5: Koupili byste si (pro sebe či jako dárek) ručně paličkovaný obrázek na jiné motivy Libereckého kraje, než je Ještěd?

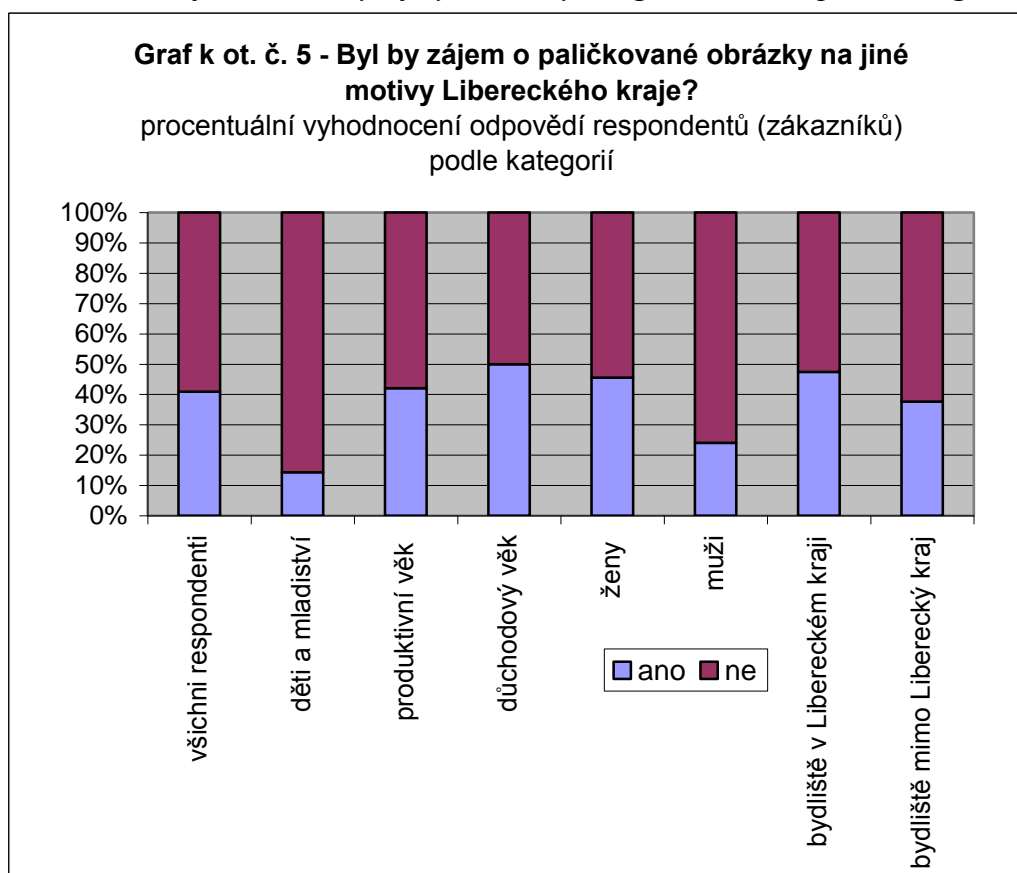
Vyhodnocení otázky č. 5: Většina respondentů 59 % by si nezakoupila paličkovaný obrázek s jinou tematikou Libereckého kraje, než je Ještěd. Obdobně odpovídali respondenti v rámci stanovených kategorií. Je vhodné ale zmínit, že obyvatelé Lib. kraje by jiný motiv kraje pro obrázek uvítali více (47 %), než obyvatelé bydlící mimo tento kraj (38 %).

Výsledek domněnky D5z: **Domněnka D5z se potvrzuje**, neboť průzkum ukázal, že jiné téma regionu Liberec, než stavba horského hotelu Ještěd, by nebyla tak zajímavým prodejním artiklem, neboť většina respondentů a zvláště turistů bydlících mimo Liberecký kraj, by si paličkovaný obrázek s jiným motivem nezakoupila.

Graf č. 9 *Zájem o obrázky s jinými motivy z regionu Liberec*



Graf č. 10 *Zájem o obrázky s jinými motivy z regionu Liberec podle kategorií*



5.6.6 Domněnka D6z (zákazníci)

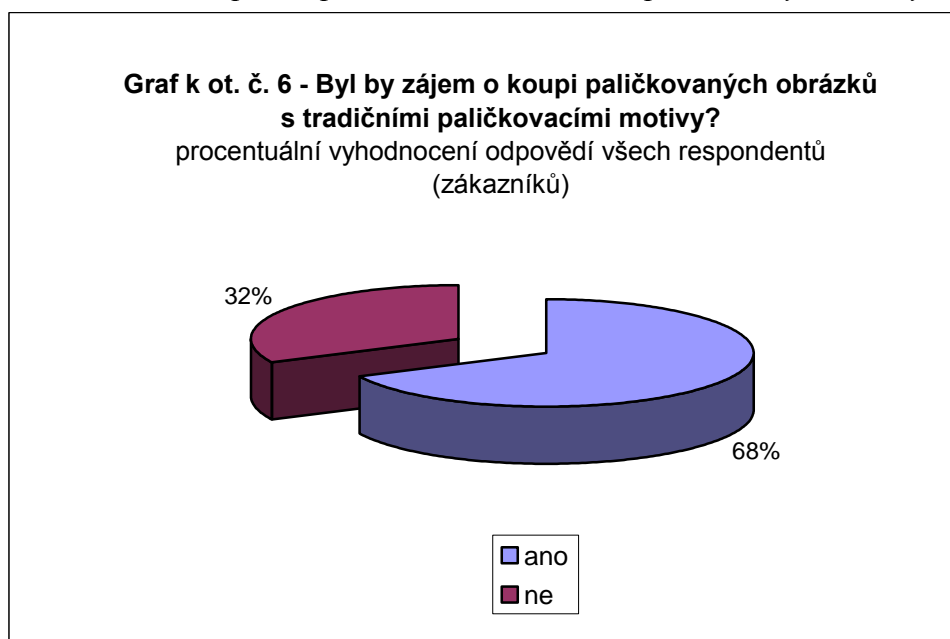
D6z: Tradičně paličkované motivy používané do obrázků (viz. příloha dotazníku) jsou zajímavějším prodejním artiklem než motiv stavby horského hotelu a TV vysílače Ještěd.

Otázka č. 6: Koupili byste si (pro sebe či jako dárek) některý z ručně paličkovaných obrázků zobrazených v příloze tohoto dotazníku? Viz. příloha č. 6.

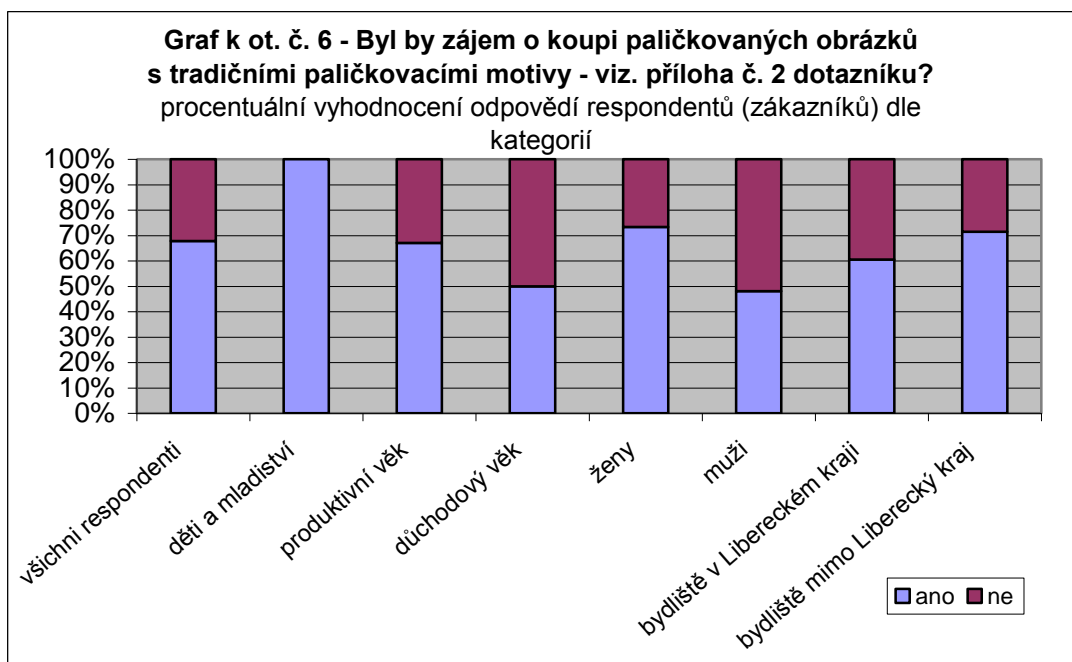
Vyhodnocení otázky č. 6: O ručně paličkované obrázky s tradičními motivy by byl ze strany všech respondentů zájem ze 68 %. Odpovědi respondentů v rámci jednotlivých kategorií jsou rovněž z většiny kladné, pouze v kategorii mužů by si takovýto produkt zakoupilo jen necelých 50 %.

Výsledek domněnky D6z: **Domněnka D6z se potvrzuje**, protože průzkumem bylo zjištěno, že 68 % respondentů by si zakoupila paličkovaný obrázek s tradičními paličkovacími motivy, což je o 30 % více, než u motivu Ještědu. Z toho vyplývá, že tradičně paličkované motivy by byly zajímavějším produktem k prodeji, než je tematika regionu Liberec.

Graf č. 11 *Koupěschopnost obrázků s tradičně paličkovanými motivy*



Graf č. 12 Koupěschopnost obrázků s tradičně paličkovánými motivy podle kategorií



5.6.7 Domněnka D1p (prodejci)

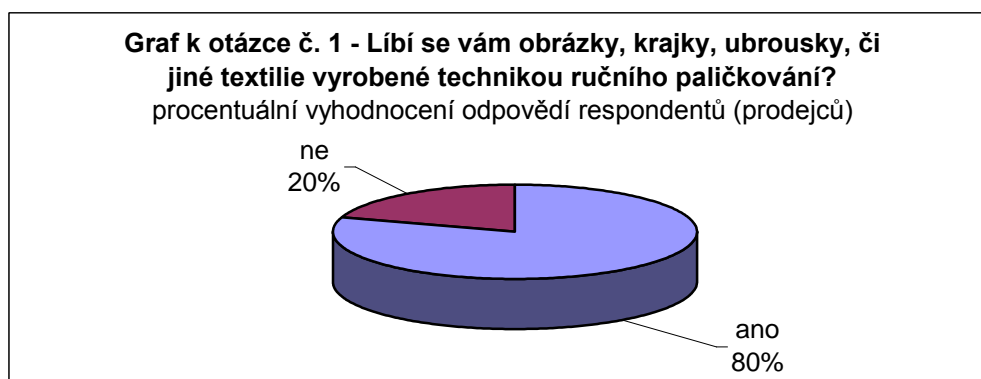
D1p: Produkty ručního paličkování jsou i v dnešní době líbivé.

Otázka č. 1: Líbí se Vám obrázky, krajky, ubrousky, či jiné textilie vyrobené technikou ručního paličkování?

Vyhodnocení otázky č. 1: 80 % respondentů se vyslovila tak, že se jim ručně paličkové produkty líbí a 20 % se paličkové produkty nelíbí.

Výsledek domněnky D1p: Domněnka D1p se potvrzuje, neboť bylo průzkumem prokázáno, že textilie vyrobené technikou ručního paličkování jsou i v dnešní době převážně líbivé.

Graf č. 13 Libivost paličkových výrobků ze strany prodejců



5.6.8 Domněnka D2p (prodejci)

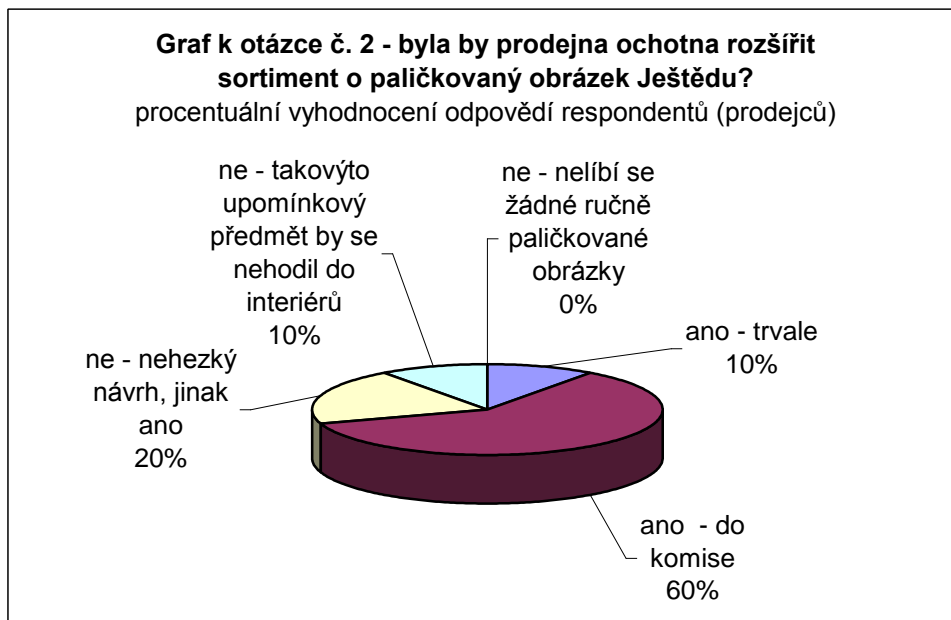
D2p: Pro prodejce je ručně paličkovaný obrázek stavby horského hotelu a TV vysílače Ještěd velikosti A4 zářmovaný pod sklem zajímavým prodejním artiklem.

Otázka č. 2: Byla by Vaše prodejna ochotna rozšířit sortiment nabízeného zboží o propagační obrázky na motivy Libereckého kraje vyrobené technikou ručního paličkování, jako např. obrázky Ještědu uvedené v příloze č. 5 (velikosti A4 zářmované pod sklem)?

Vyhodnocení otázky č. 2: 10 % respondentů by rozšířilo svůj sortiment zboží o paličkovaný obrázek Ještědu trvale, dalších 60 % by si jej vzalo do komisního prodeje, 20 % respondentů by si tento návrh paličkovaného Ještědu do sortimentu nevzala z důvodu, že se jim nelíbí jeho výtvarná verze, ale kdyby se jim líbila, tak by uvažovali o nabízení takového produktu, 10 % respondentů by obrázek nevyzkoušelo zařadit do sortimentu z důvodu, že by byl zřejmě neprodejný, protože by se nehodil do interiérů zákazníků a nikdo neodpověděl, že by obrázek nezařadil z důvodu, že se mu nelíbí žádné paličkované obrázky.

Výsledek domněnky D2p: **Domněnka D2p se potvrzuje**, neboť bylo dotazníkovým šetřením prokázáno, že by byl ze strany prodejců ze 70-ti % zájem o zařazení paličkovaného obrázku Ještědu do svého sortimentu a dalších 10 % by jej zařadilo, kdyby byl nabídnut návrh Ještědu ve výtvarně hezčím verzi.

Graf č. 14 Rozšíření sortimentu prodejny o paličkovaný obrázek Ještědu



5.6.9 Domněnka D3p (prodejci)

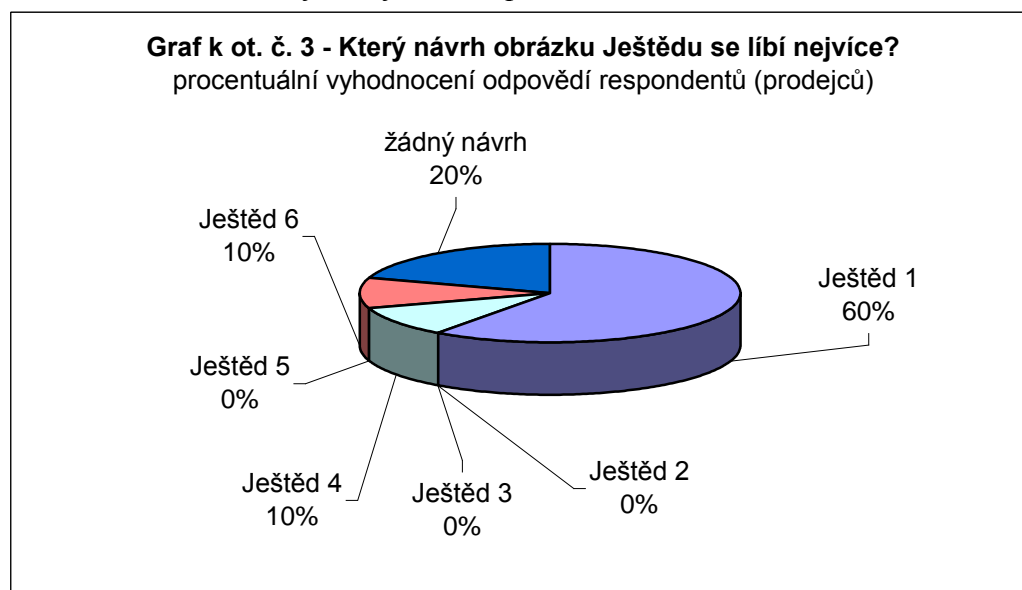
D3p: Nejprodávanější, resp. nejhezčí návrh paličkovaného obrázku Ještědu je na tradičním černém podkladu.

Otázka č. 3: I pokud jste nezaškrtnli v předchozí odpovědi možnost ano, prosím Vás, odpovězte, který obrázek Ještědu uvedený v příloze č. 5 se Vám líbí nejvíce?

Vyhodnocení otázky č. 3: 60 –ti % respondentů se nejvíce líbí paličkovaná krajka Ještědu na černém podkladu, 10 % upřednostnilo oranžový podklad s červeným rámečkem, 10 % preferovalo modrý podklad pod krajku s bílým rámečkem a 20 -ti % respondentů se nelíbil žádný návrh.

Výsledek domněnky D3p: **Domněnka D3p se potvrzuje**, neboť bylo dotazníkovým šetřením prokázáno, že většina respondentů upřednostňuje položení paličkovaného Ještědu do rámečku obrázku na černý podklad (tradičně užívaný podklad pod tento druh krajek) a byl by zřejmě neprodávanější.

Graf č. 15 *Nejlíbivější návrh paličkovaného obrázku Ještědu*



5.6.10 Domněnka D4p (prodejci)

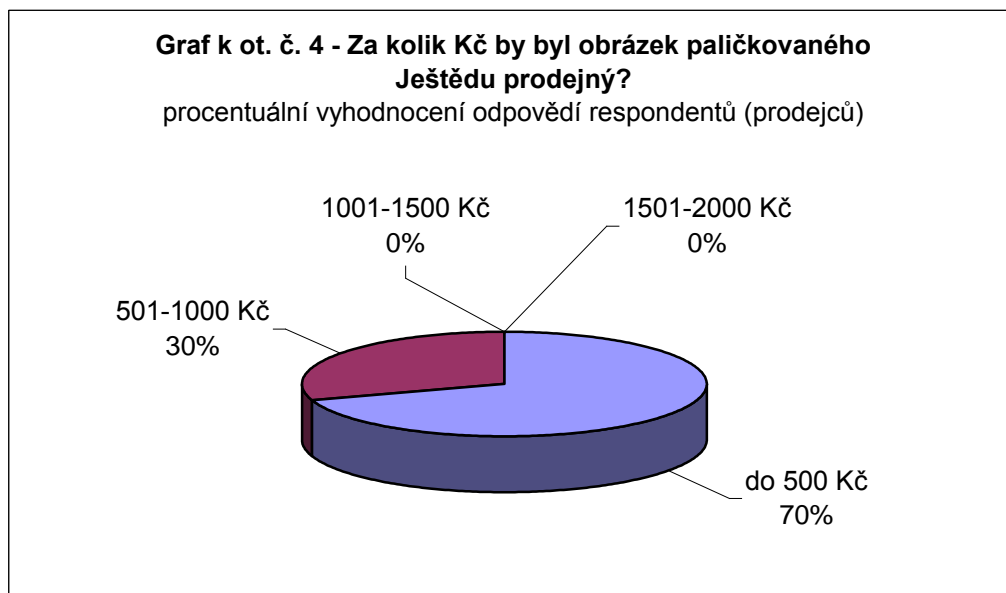
D4p: Paličkovaný obrázek Ještědu je dobře prodejný v cenovém rozpětí do 500 Kč.

Otázka č. 4: I v případě, že byste obrázek ručně paličkovaného Ještědu nenabízel/a, prosím Vás zaškrtněte, za kolik Kč si myslíte, že by byl prodejný?

Vyhodnocení otázky č. 4: 70 % respondentů odpovědělo, že by byl obrázek Ještědu prodejný za cenu do 500 Kč, 30 % respondentů si myslí, že by byl prodejný v cenovém rozpětí od 501 do 1000 Kč a nikdo se nevyslovil pro vyšší ceny.

Výsledek domněnky D4p: **Domněnka D4p se potvrzuje**, neboť bylo průzkumem prokázáno, že většina respondentů (70 %) odhaduje, že by byl paličkovaný obrázek nejlépe prodejný za cenu v cenovém rozpětí do 500 Kč. Zároveň ale dalších 30 % respondentů zastupujících prodejce se myslí, že by se dal prodat za cenu od 501 do 1000 Kč.

Graf č. 16 *Nejlépe prodejná cena paličkovaného obrázku Ještědu (odhad prodejců, jak by se zákazníci chovali)*



5.6.11 Domněnka D5p (prodejci)

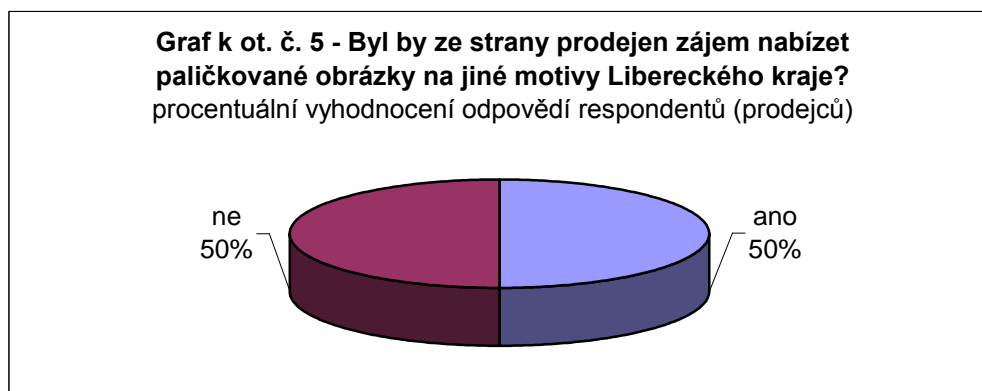
D5p: Jiné téma regionu Liberec zpracované paličkovaním pro obrázek než Ještěd by prodejny nenabízely.

Otázka č. 5: Byl/a byste ochoten/na nabízet ručně paličkované obrázky na jiné motivy Libereckého kraje?

Vyhodnocení otázky č. 5: Polovina respondentů by byla ochotna nabízet ručně paličkované obrázky s jinou tematikou libereckého regionu (např. liberecká radnice, zřícenina hradu Trosky, zámek Sychrov apod.), než je motiv Ještědu a druhá polovina nikoliv.

Výsledek domněnky D5p: **Domněnka D5p se zamítá**, neboť bylo dotazníkovým šetřením zjištěno, že polovina respondentů zastupujících prodejce by byla ochotna nabízet paličkované obrázky s jinou tematikou regionu Liberec, než jenom motiv Ještědu.

Graf č. 17 *Zájem prodejců o rozšíření sortimentu prodejny o paličkované obrázky s jinými motivy z libereckého regionu, než motiv Ještědu*



5.6.12 Domněnka D6p (prodejci)

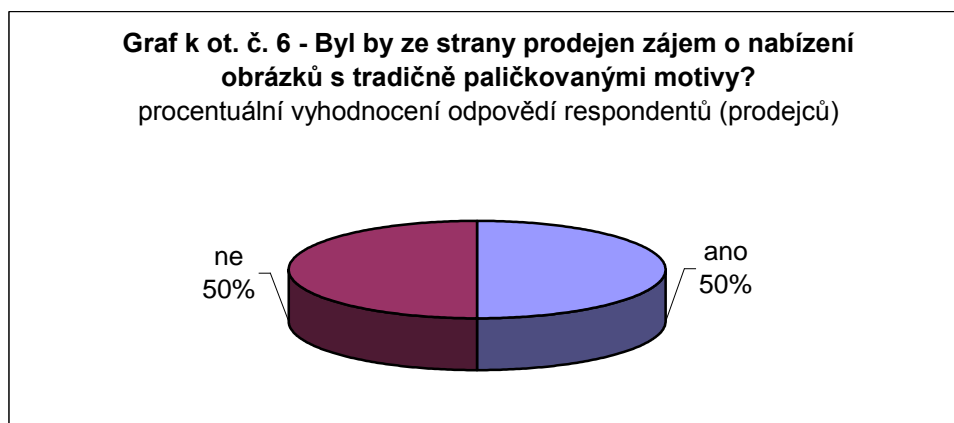
D6p: Paličkováním tradičně zpracovávané motivy užívané do obrázků (viz. příloha č. 6) jsou pro prodejce zajímavějším prodejním artiklem než motiv stavby horského hotelu a TV vysílače Ještěd.

Otázka č. 6: Byl/a byste ochoten/na nabízet některý z ručně paličkovaných obrázků z přílohy č. 6 tohoto dotazníku?

Vyhodnocení otázky č. 6: Polovina respondentů by zařadila do svého sortimentu ručně paličkované obrázky s tradičně zpracovávanými motivy používanými do obrázků a polovina respondentů by je zákazníkům nenabízela.

Výsledek domněnky D6p: Domněnka D6p se zamítá, neboť se dotazníkovým šetřením neprokázalo, že by respondenti raději než Ještěd do svého sortimentu nabízeného zboží zařadili obrázky s tradičně paličkovanými motivy (Vánoční, nebo Velikonoční motivy, motivy ženských hlav, postavy, zvířata aj.), když tyto motivy by zákazníkům bylo ochotno nabízet 50 % respondentů a motiv Ještědu by bylo ochotno nabízet 70 % respondentů.

Graf č. 18 *Zájem prodejců o obrázky s tradičně paličkovanými motivy*



5.7 Závěr výzkumu

Cílem výzkumu bylo zjistit, jak dnešní společnost vnímá paličkovanou interiérovou krajkou, resp. zda by byl ze strany potenciálních zákazníků zájem o koupi ručně paličkovaných obrázků s tematikou regionu Liberec (motiv horského hotelu a TV vysílače Ještěd, liberecká radnice, zřícenina hradu Trosky, zámek Sychrov apod.) plnicích funkci propagačního a upomínkového předmětu na tento region. Dále bylo cílem zjistit, zda by měli potenciální prodejci v Liberci zájem takovéto výrobky nabízet.

Dotazníkovým šetřením, kterého se zúčastnilo 115 respondentů ztupujících zákazníky a 10 respondentů zastupujících prodejce paličkovaného obrázku Ještědu, pak byla ověřena správnost stanovených domněnek D1z až D6z (zákazníci) a D1p až D6p (prodejci). Domněnky stanovené k výzkumu směřujícímu k zákazníkům byly všechny potvrzeny. Rovněž byly potvrzeny domněnky D1p až D4p stanovené k výzkumu směřujícímu k prodejcům. Domněnky D5p a D6p pro prodejce byly zamítnuty.

Bylo zjištěno, že i dnešní společnosti se líbí ručně paličkované interiérové textilie a projevila by zájem o jejich koupi a prodej. Konkrétně pak o ručně paličkované obrázky na zeď či stůl s tematikou regionu Liberec, které by tak byly upomínkovými a propagačními předměty na tento region. Z této tematiky by ale upřednostnila motiv horského hotelu a TV vysílače Ještěd, oproti jiným motivům připomínajícím daný region (např. liberecká radnice, zřícenina hradu Trosky, zámek Sychrov apod.). Byla také zkoumána prodejní cena tohoto výrobku, resp. za kolik Kč by jej byly respondenti ochotni zakoupit a jak prodejci odhadují cenový potenciál zákazníků. K tomu bylo zjištěno, že převážná většina respondentů by byla ochotna obrázek zakoupit v cenové relaci do 500 Kč a prodejci takto správně odhadli reakci zákazníků. Bylo ověřeno, že paličkovaná krajka s motivem Ještědu by byla nejprodejnější, kdyby se do skleněného rámečku položila na černý podklad, jak je v tomto řemesle obvyklé. Pro doplnění bylo také zkoumáno, zda by nebyly prodejnějšími výrobky tradičně paličkované motivy jako např. Velikonoční, či Vánoční motiv, motiv ženských hlav, figur, zvířat aj., jak je patrné z přílohy č. 6. K tomu bylo ověřeno, že o takovéto produkty by byl větší zájem, než o motivy propagující Liberecký region, ale ze strany zákazníků, zatímco prodejci by raději nabízely motiv Ještědu.

6 NÁVRH STRATEGIE PRODEJE OBRÁZKU PALIČKOVANÉHO JEŠTĚDU A JEHO EKONOMICKÉ ZHODNOCENÍ

Předmětem navrhované strategie prodeje je výše uvedený upomínkový a propagační předmět na region Liberec, obrázek na zeď, nebo stůl velikosti A4 s motivem stavby horského hotelu a televizního vysílače Ještěd. Motiv je vyroben tradičním ručním řemeslným zpracováním – technikou paličkování, která se v dnešní době udržuje prostřednictvím úzkého okruhu lidí a je prováděna až na výjimky, ve volných chvílích jako koníček zájemkyň o tuto techniku, nebo je prováděna jako doplněk k jinému řemeslu. Jedná se tedy o paličkovanou krajku, kterou je vytvořena stavba Ještědu a tato krajka je zarámována skleněným clip rámečkem. Obrázek bude zákazníkům nabízen v 6-ti barevných variantách pozadí, aby byl vhodný do různě pojatých interiérů. Ostatní vlastnosti obrázku a krajky jsou již výše popsány.

Ekonomické zhodnocení navržené strategie je provedeno pro konkrétní paličkářku, pro paní Ing. Márii Křelinovou z Neratovic. Je zde pro ni vyhodnocováno, zda by bylo efektivní si výrobou paličkových obrázků Ještědu přivydělávat ke svému řádnému starobnímu důchodu, a to s ohledem na legislativu naší republiky a povinnosti z ní vyplývající, které by paličkářka musela splnit.

6.1 Vhodný segment trhu

Vhodným segmentem trhu pro předmětný produkt je skupina zahrnující návštěvníky, hosty a turisty města Liberec, ale i obyvatele Liberce a Libereckého kraje, kteří se těší z krásy této monumentální stavby a líbilo by se jim mít takovýto netradiční obrázek doma na stěně.

Provedeným marketingovým výzkumem bylo ověřeno, že daný produkt by byl tomtuto segmentu prodejný. Z průzkumu bylo i zjištěno, že nehraje roli věk, ani pohlaví potencionálních zákazníků a je možné produktem oslovovat všechny kategorie lidí schopných samostatného nákupu.

6.2 Místo podnikání

Předpokládá se, že místem podnikání, ve kterém by byl obrázek paličkovaného Ještědu nejprodejnější, je město Liberec, protože tento výrobek plní účel propagačního a upomínkového předmětu právě na něj. Z tohoto důvodu bylo vybráno pro výše uvedený segment trhu za místo podnikání právě město Liberec, jehož dominantou je unikátní stavba horského hotelu a televizního vysílače na vrcholu Ještědu ve výšce 1012 m (stavba byla postavena v letech 1966-1973). Právě pro svoji dominanci byla stavba zvolena motivem pro paličkovaný upomínkový a propagační předmět.

Do Liberce se ale nejezdí jen za touto stavbou. Turistický zájem o Liberec je i díky bohaté historii města, jeho architektuře minulé i současné (např. novorenesanční radnice (1888-1893) postavená dle projektu vídeňského architekta Franze von Neumanna, zámek (1583-1587 a jeho kaple 1604-1606), mnohé kostely, muzeum (1897-1898), lázně (1901-1902), Liebiegova vila (1897), stavba Liberecké výšiny (1900-1901) na úpatí Jizerských hor, Liebiegovo městečko (v letech 1911-23 romanticky pojatá kolonie bytů pro zaměstnance textilky, která bez výraznějších změn přečkala až do dnešních dní) nebo secesní vily podél Masarykovy třídy, novostavba ve tvaru lodi s názvem Palác Centrum, palác Syner, obchodní domy Fórum, Delta, Brouk a Babka, Krajská vědecká knihovna se synagogou, Tip sport Aréna aj.). Dále pak i díky bohaté kultuře, do které lze zařadit návštěvu Zoologické a Botanické zahrady, také díky školství a vhodné poloze města mezi Jizerskými horami a Ještědským hřebenem umožňující mnoho sportovního vyžití. Vše pak umocňuje i skutečnost, že Liberec je vzdálen pouhých dvacet kilometrů od hranic s Německem i Polskem, a proto je ideálním výchozím bodem pro objevné toulky po celém Euroregionu Nisa. Samozřejmě i skutečnost, že Liberec je průmyslovým městem, naskýtá příležitost navštívit Liberec pracovně, kdy není možné dominantu města přehlédnout a tak i u těchto hostů lze předpokládat, že jsou potencionálními zákazníky obrázku paličkovaného Ještědu.

Některá data vztahující se k Liberci a Libereckému kraji:

Počet obyvatel Liberce:	100 914 (ke dni 1.1.2009) [12]
Počet obyvatel Libereckého kraje:	438 230 (ke dni 30.6.2009) [10]
Počet hostů Lib.kraje za rok 2008 celkem:	703 787 (ke dni 31.12.2008) [11]
Počet hostů - cizinců Lib. kraje za rok:	200 664 (ke dni 31.12.2008) [11]

Liberecký kraj dokáže nabídnout kulturní i sportovní vyžití ve všech ročních obdobích, a tak rozdíly v počtech hostů v jednotlivých čtvrtletích nejsou v kraji tak výrazné, jako u převážné většiny ostatních krajů naší republiky. Lze tedy předpokládat zájem turistů o upomínkové předměty během celého roku.

6.3 Orientační průzkum stávajícího trhu

Firmy a jejich nabídka:

V rámci průzkumu stávajícího trhu bylo zjištěno, že není ve městě Liberec mnoho prodejních míst, kde by se mohl náš produkt nabízet zákazníkům. V podstatě bylo vytypováno 10 maloobchodních prodejen, které mají ve svém sortimentu nabídku obrazů, upomínkových a propagačních předmětů, nebo rukodělných výrobků. Zároveň bylo zjištěno, že jen 1 prodejna v Liberci má ve svém sortimentu nabídku paličkovaných dekoračních předmětů a žádná prodejna v Liberci nenabízí upomínkový předmět na Liberec zpracovaný paličkováním.

V rámci provedeného marketingového výzkumu bylo zjištěno, že 7 z 10-ti vytypovaných a oslovených maloobchodních prodejen by byla ochotna náš paličkovaný obrázek Ještědu prodávat a další 2 prodejny by jej také prodávali, kdyby byl motiv Ještědu doplněn pro ně v líbivější výtvarné verzi.

Poptávka:

Na stávajícím trhu není zatím žádný ručně paličkovaný upomínkový předmět na region Liberec, resp. s motivem Ještědu a ani není poptáván. Proto byla poptávka obyvatelstva po našem produktu ověřena marketingovým výzkumem a bylo zjištěno, že by byl o náš paličkovaný obrázek zájem jak ze strany zákazníků, tak by jej byli prodejci ochotni zařadit do svého sortimentu nabízeného zboží.

6.4 Prodejní místa

Na daný segment trhu by bylo vhodné se zaměřit a oslovit jej prostřednictvím maloobchodních prodejen se suvenýry, upomínkovými a propagačními předměty, dále přes prodejny obrazů a prodejny nabízejícími výrobky ručního řemeslného zpracování. Také prostřednictvím příležitostných akcí, tzv. trhů, kde jsou prezentovány tradiční ruční řemeslné práce a výrobky.

Jak vyplynulo z orientačního průzkumu trhu firem, ve městě Liberec bylo vytypováno 10 takovýchto stálých prodejních míst, které by mohly do svého sortimentu zboží zahrnout náš produkt – obrázek s paličkovaným Ještědem a nabízet jej svým zákazníkům. S těmi také byl proveden marketingový výzkum ze strany potenciálních prodejců našeho paličkovaného výrobku.

Danými prodejny jsou:

1. Maloobchodní prodejna Ložnice a interiéry, Jablonecká 294, Liberec, která nabízí mj. obrazy do interiérů.
2. Galerie Katka, Jablonecká 15, Liberec, která nabízí mj. produkty ruční výroby a upomínkové předměty.
3. Městské informační centrum Liberec, nám. Dr. E. Beneše 1, které nabízí mj. upomínkové a propagační předměty.
4. Maloobchodní prodejna Styl – ratan, 5. května 70/57, Liberec, která má v sortimentu mj. produkty ruční výroby, obrázky a upomínkové předměty.
5. Maloobchodní prodejna Jana Polanská – Art studio Galerie Studna, Pražská 36, Liberec, která nabízí mj. obrazy, obrázky i drobné rukodělné výrobky.
6. Pivní kosmetika, Mediabox s.r.o., nám. Dr. E. Beneše, Liberec, která nabízí jak suvenýry a upomínkové předměty, tak obrázky do interiérů.
7. Maloobchodní prodejna Nový Jubilant, Rumunská 43, Liberec, která upomínkové a dekorační předměty do interiérů, obrazy a jiné rukodělné výrobky.
8. Prodejna upomínkových předmětů přímo v horském hotelu a TV vysílači Ještěd.
9. Maloobchodní prodejna Reniel, Liberec obchodní místo Globus, která nabízí mj. obrazy, obrázky.
10. Maloobchodní prodejna Květiny Novák Praha a.s., obchodní místo Globus, která nabízí mj. obrazy a obrázky do interiérů.

Z provedeného výzkumu bylo zjištěno, že 7 z těchto deseti prodejen by mělo zájem nabízet svým zákazníkům náš výrobek. Navíc ještě dvě prodejny by stály o náš paličkovaný výrobek, ale v jiné, pro ně líbivější výtvarné verzi, takže i tyto jsou naším potenciálem, v případě zpracování takového uspokojujícího produktu. Ve shrnutí strategie prodeje paličkovaného obrázku Ještědu jsou vybrány prodejny, které jsou jako prodejní místo pro daný produkt nejvhodnější.

6.5 Presentace produktu

Do maloobchodních prodejen by bylo vhodné náš produkt nabízet k prodeji pomocí katalogu s fotografiemi obrázku paličkovaného Ještědu ve všech jeho variantách pozadí a také přímou ukázkou obrázku v základní variantě, tedy na černém podkladu. Samotným zákazníkům by měl být produkt na prodejních nabízen již jako hotový výrobek.

6.6 Předpokládaný úspěch a reakce konkurence

Na základě výsledků provedeného marketingového výzkumu, který ukázal zájem o daný produkt, lze usoudit, že by byl prodejním zbožím. Předpokládá se, že by se tento produkt kupoval celoročně, v době nejvyšší turistické sezóny pak ve větší míře.

Vzhledem k tomu, že na trhu není zatím žádný podobný konkurenční upomínkový předmět na Liberecký region vyrobený paličkováním a ani toto řemeslo není v naší zemi moc rozšířené, ani výdělečně atraktivní, předpokládá se, že by se stejný nebo podobný výrobek na trhu neobjevil. Samozřejmě našemu produktu na trhu konkurují ostatní upomínkové a propagační předměty s libereckou tematikou a i námi použitým motivem. Náš produkt je však oproti nim výjimečný.

6.7 Právní hlediska výdělečné činnosti u osoby, které je přiznán starobní důchod

6.7.1 Základní dotčené právní předpisy

- Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o daních z příjmů“),
- Zákon č. 155/1995 Sb., o důchodovém pojištění, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o důchodovém pojištění“),
- Zákon č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění, ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „živnostenský zákon“),

- Zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „autorský zákon“).

6.7.2 Problematika živnostenského oprávnění

A) Pokud se bude paličkářka živit *paličkováním stále stejných výrobků*, které se tak budou tvořit sériově, spadá tato činnost do podnikání podle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů (dále jen živnostenský zákon) a musí si zažádat o oprávnění k činnosti. Žádost o oprávnění se může podat u jakéhokoliv živnostenského úřadu - místní příslušnost byla novelou od 1.7.2008 zrušena. Do 5-ti dnů (ze zákona) bude vystaven výpis z živnostenského rejstříku, nikoliv živnostenský list, protože ty se novelou živnostenského zákona už nevydávají (neexistují). Bude tedy vystaveno živnostenské oprávnění na živnost volnou Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, obor volné živnosti č. 10: Výroba textilií, textilních výrobků, oděvů a oděvních doplňků. Poplatek za oprávnění se platí při ohlášení živnosti a to, pokud se poprvé vstupuje do živnostenského podnikání ve výši 1000,- Kč a pokud už živnostník nějaké živnostenské oprávnění vlastní a ohlašuje další, tak už jen ve výši 500,-Kč. Odborná způsobilost u tohoto druhu živnosti není potřeba. Jen splnění všeobecných podmínek dle § 6 živnostenského zákona, kterými je a) dosažení věku 18 let, b) způsobilost k právním úkonům, c) bezúhonnost – čistý trestní rejstřík. Výpis z Rejstříku trestů si živnostenský úřad sám vyžádá elektronicky, ohlašovatel jej nemusí dokládat. Náplň této činnosti je dle Nařízení vlády č. 278/2008, o obsahových náplních jednotlivých živností.

B) Pokud bude paličkářka zhotovovat paličkované textilie a každá bude jedinečným originálem a nebude se vyrábět sériově, pak tato řemeslná činnost nespadá do režimu živnostenského podnikání, resp. zákona a není třeba žádat o vydání živnostenského oprávnění. V tomto případě se jedná dle § 3 odst. 1 písm. b) živnostenského zákona o duševně tvůrčí činnost, která je vyňata ze živnostenského zákona. Pak by tato činnost spadala do činnosti, která se řídí autorským zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (dále jen autorský zákon).

6.7.3 Problematika autorského zákona pro paličkovaný obrázek stavby Ještědu

Pro motiv paličkovaného upomínkového předmětu na region Liberec byl zvolen horský hotel a televizní vysílač Ještěd – národní kulturní památka. Jelikož tato stavba podléhá autorskému zákonu č. 121/2000 Sb., tak v případě, že by byl paličkovaný obrázek Ještědu skutečně nabízen k prodeji, nikoliv jen pro účely této bakalářské práce, pak by bylo nutné pořídit si souhlas autora Ing. arch. Karla Hubáčka, kterého zastupuje jeho snacha paní Ivana Hubáčková. Musela by tedy být *dle autorského zákona uzavřena licenční smlouva, v níž se stanoví mj. cena licence*. V tomto případě by se jednalo o 5 % z ceny každého vyrobeného kusu paličkovaného obrázku Ještědu, za kterou paní Ing. Křelinová obrázek prodává prodejcům, nebo přímo koncovým zákazníkům, jak byla autorem prostřednictvím zástupkyně stanovena.

Podle právničky Michaely Vavrekové z advokátní kanceláře Winter a spol. totiž k porušení autorských práv dochází v případě, kdy se nejedná jen o použití fotografie stavby např. v reklamě, nebo pro obchodní činnost, ale právě v případě, kdy se vyrábějí modely, které tvar Ještědu kopírují, nebo napodobují.[8]

6.7.4 Daňové dopady a pojistné na sociální zabezpečení

Za splnění podmínek zákona o živnostenském podnikání a zákona o daních z příjmů může v ČR podnikat i starobní důchodce, respektive stát se osobou samostatně výdělečně činnou (dále jen „OSVČ“). Může se však také rozhodnout nepodnikat, pokud bude provozovat tzv. příležitostnou činnost dle § 10 zákona o daních z příjmů.

1) Pokud nebude podnikat a bude tedy provozovat příležitostnou činnost podle § 10 zákona o daních z příjmů, pak pokud úhrn příjmů nepřesáhne 20 tis. Kč, jsou tyto osvobozeny dle § 10 odst. 3 písm. a) zákona o daních z příjmů a nemusí podávat daňové přiznání. Pokud však v tomto případě příjmy přesáhnou 20 tis. Kč, pak je povinnost podat daňové přiznání, vypočítat základ daně (odečíst od příjmů prokazatelně vynaložené výdaje) a daň. V obou uvedených případech není povinnost odvádět pojistné na sociální zabezpečení.

2) Pokud bude podnikat, musí při zahajování činnosti dodržet podmínky živnostenského zákona a zákona autorského. Stává se tak osobou samostatně výdělečně činnou (dále jen „OSVČ“), která má ohlašovací povinnost ve vztahu k místně příslušnému

finančnímu úřadu a místně příslušné správě sociálního zabezpečení. Co se týká daňové problematiky, může:

- buď uplatnit ke svým příjmům z podnikatelské činnosti výdaje tzv. paušální, tj. 60% z příjmů ze živností řemeslných (§ 7 odst. 7 písm. b) zákona o daních z příjmů) a zde čisté příjmy podléhají pojištění na sociální zabezpečení,
- nebo od svých podnikatelských příjmů *odečíst prokazatelně vynaložené výdaje a další případné slevy na dani ve smyslu zákona o daních z příjmů (důchodce za rok 2008 může uplatnit slevu na dani 24.840,-Kč: Příklad: ZD 165.600,-Kč, z toho 24.840,-Kč daň (15%) - sleva na dani 24.840,-Kč, daň po uplatnění slev 0,-Kč). Také zde čisté příjmy podléhají pojištění na sociální zabezpečení.*

6.7.5 Problematika pojistného na sociální zabezpečení

Pojistné na sociální zabezpečení zahrnuje platby na nemocenské pojištění, důchodové pojištění a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti. Pro rok 2009 platí, že pokud OSVČ v tomto roce zahájí samostatnou výdělečnou činnost /dále jen „SVČ“), vznikne jí povinnost oznámit správě sociálního zabezpečení, příslušné podle místa trvalého pobytu (nemá-li OSVČ místo trvalého pobytu podle místa hlášeného pobytu, nemá-li OSVČ místo trvalého ani hlášeného pobytu, tak podle místa výkonu SVČ), den zahájení této činnosti na předepsaném tiskopisu Oznámení o zahájení SVČ a to nejpozději do osmého dne kalendářního měsíce následujícího po měsíci, v němž byla SVČ zahájena. Podáním Oznámení OSVČ vznikají další stanovené povinnosti uvedené v příslušných zákonech (č. 155/1995, Sb., č. 582/1991, Sb., č. 589/1992, Sb., v platném znění), tj. např. placení záloh na pojistné v případě výkonu hlavní činnosti, či doložení některého ze zákonných důvodů pokud chce činnost vykonávat jako vedlejší, podání přehledu o příjmech a výdajích za kalendářní rok. K tomuto oznámení je třeba *doložit, že OSVČ pobírá starobní důchod. Na takovou OSVČ se pak hledí tak, že vykonává tzv. vedlejší činnost z důvodu současného pobírání starobního důchodu (ust. § 9, odst. 6, písm. b), zákon č. 155/1995 Sb., v platném znění), platí zálohy na pojistné na sociální zabezpečení jen v případě, že její příjmy ze SVČ po odpočtu výdajů dosáhnou výše zakládající povinnou účast na důchodovém pojištění (56.400,- Kč). V roce zahájení SVČ neplatí žádné pojištění a na konci roku sečte čisté příjmy (příjmy minus prokazatelně vynaložené výdaje) a podá příslušné správě sociálního zabezpečení tzv. Přehled o příjmech a výdajích za rok*

2009. *Pokud nepřesáhne za měsíc čistý příjem 4.700,-Kč (za rok 56.400,-Kč), nemusí platit pojištění na sociální zabezpečení. Pokud přesáhne uvedené částky, pak příslušná správa sociálního zabezpečení sama vypočte z přesahu povinný odvod a případně stanoví zálohy na další rok.*

Od 1. 1. 2009 je nemocenské pojištění OSVČ odděleno od důchodového pojištění, tzn. OSVČ má možnost být nemocensky pojištěna aniž by byla povinna platit zálohy na důchodové pojištění. Účast OSVČ na nemocenském pojištění je dobrovolná, OSVČ se může sama rozhodnout, zda se k tomuto pojištění přihlásí. [6]

6.7.6 Problematika zdravotního pojištění

Problematika zdravotního pojištění se řídí zákonem č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů. Z něho vyplývá, že je-li starobní důchodce současně i OSVČ, tak na Přehledu za kalendářní rok o příjmech a výdajích ze SVČ a úhrnu záloh na pojistné pro zdravotní pojišťovnu uvede dle přiznání pro finanční úřad své příjmy a výdaje. Z rozdílu mezi příjmy a výdaji se vypočítá 50 %, což je vyměřovací základ pro výpočet pojistného na zdravotní pojištění za uplynulý rok. Z vyměřovacího základu se pak vypočte 13,5 % (zaokrouhlí se na koruny nahoru), což je výše pojistného na zdravotní pojištění, přičemž OSVČ musí platit minimální vyměřovací základ (v 2008 byl ve výši 10 780,- Kč a v roce 2009 ve výši 11 777,50 Kč). Vzhledem ale k tomu, že se v našem případě jedná o starobní důchodkyni, u níž není samostatně výdělečná činnost hlavním zdrojem příjmů, tak v tomto případě nemusí platit minimální vyměřovací základ a výše pojistného je zmiňovaných 13,5 %. Tak to platí, pokud OSVČ pracuje celý kalendářní rok. V případě, že zahájí, nebo přeruší činnost v průběhu roku, počítá se jen poměrná část měsíců a z toho pak vychází i výsledek výpočtu.

6.8 Ekonomické zhodnocení prodejnosti paličkovaného obrázku Ještědu

Z výše uvedených předpisů vyplývá, že aby si naše paličkářka paní Ing. Mária Křelinová mohla ke starobnímu důchodu přivydělávat prodejem obrázků Ještědu (které upaličkuje a vyrobí) a bylo to pro ni ekonomicky co možná nejpříjemnější (nejvýhodnější), bude muset v souladu s legislativou učinit tyto kroky:

1. Zažádat si u jakéhokoliv živnostenského úřadu o živnostenské oprávnění na živnost volnou Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, obor volné živnosti č. 10: Výroba textilií, textilních výrobků, oděvů a oděvních doplňků a zaplatit poplatek za oprávnění ve výši 1000,- Kč. Stane se osobou samostatně výdělečně činnou – OSVČ.
2. Uzavřít s Ing. arch. Karlem Hubáčkem prostřednictvím jeho snachy paní Iva-ny Hubáčkové licenční smlouvu, v níž bude mj. stanovena cena licence (poplatky za autorská práva), v tomto případě by šlo o 5 % z ceny každého vyrobeného kusu paličkovaného obrázku Ještědu, za kterou paní Ing. Křelinová obrázek prodává prodejcům, nebo přímo koncovým zákazníkům.
3. Musí splnit ohlašovací povinnost vůči místně příslušnému finančnímu úřadu, tj. musí podat daňové přiznání k dani z příjmu. Daň vypočte tak, že po ukončení účetního období si od svých podnikatelských příjmů odečte prokazatelně vynaložené výdaje na podnikání, čímž dostane základ daně, z něhož vypočte 15 %, což představuje výši daně. Naše paličkářka, coby starobní důchodkyně si ale uplatní slevu na dani ve výši 24.840,- Kč (výše stanovená za rok 2008) a zaplatí tedy daň jen ve výši takového rozdílu. Pokud její základ daně nepřekročí 165.600,-Kč (u něhož je 15% daň ve výši slevy na dani), bude výše daně z příjmu nulová.
4. Coby OSVČ musí zaplatit pojistné na sociální zabezpečení. V roce zahájení SVČ neplatí žádné pojištění a na konci roku sečte čisté příjmy (příjmy minus prokazatelně vynaložené výdaje) a podá příslušné správě sociálního zabezpečení tzv. Přehled o příjmech a výdajích za rok 2009. Pokud ale nepřesáhne za měsíc čistý příjem 4.700,-Kč (za rok 56.400,-Kč), nemusí platit pojištění na sociální zabezpečení, což je pro naši paličkářku nejvýhodnější a reálné dodržet.
5. Musí zaplatit za uplynulý kalendářní rok, ve kterém podnikala, pojistné na zdravotní pojištění ve výši 13,5 % z vyměřovacího základu, který je polovinou z rozdílu mezi příjmy a výdaji uváděnými na přiznání k dani z příjmu pro finanční úřad (zaokrouhlí se na koruny nahoru).

Náklady na výrobu paličkovaného obrázku Ještědu

Jelikož paní Ing. Křelinová má již řadu let vybavení pro paličkování a nebude jej pro výrobu obrázku Ještědu nakupovat znovu, nebudeme do fixních nákladů zahrnovat náklady na: herduli 220 Kč, stojan 110 Kč, 16 párů paliček 480 Kč a na špendlíky 35 Kč.

Z důvodu, že paličkářka obrázek vyrábí v domácím prostředí, bez nároku na vybavení dílny, nebudeme ani do fixních nákladů zahrnovat náklady na elektrickou energii, vodu, plyn, topení apod. Díky tomu neuvažujeme žádné fixní náklady, jen náklady vstupní na pořízení živnostenského listu a na podvíněk.

Do variabilních nákladů nebudeme zahrnovat náklady na tvrdý a průhledný papír dávaný pod podvíněk a na podvíněk, které jsou zanedbatelné a v nákladech na 1 obrázek Ještědu by to byly jen haléřové položky, protože jsou použitelné na několik zhotovovaných výrobků.

Protože není paličkářka plátce DPH, všechny ceny zde uváděné jsou konečné, bez vyčíslení DPH. I když by prodejny, do kterých by nabízela obrázek, plátcí DPH byly a bylo by tak pro ně výhodnější, aby paličkářka také byla plátkyní DPH, nedoporučuje se jí se plátcem stát. A to z důvodu, že plátcovství DPH přináší možnost uplatnit si DPH na vstupu a v tomto případě by byla neporovnatelně nízká (malé vstupní náklady) oproti DPH, kterou by měla povinnost odvést na výstupu při prodeji obrázku, čímž by i zbytečně navyšovala konečnou cenu produktu. Také z tohoto hlediska se doporučuje její prodej uskutečňovat formou komisního prodeje.

V tabulce č. 2 je do variabilních nákladů zahrnut 20% poplatek z koncové ceny za prostředkování komisního prodeje (tato forma prodeje je pro paličkářku doporučena) z důvodu, že jde o výdaj, o který se příjem paličkářky za obrázek snižuje. Jedná se totiž o poplatek, který prodejci vyúčtují paličkářce za obrázky Ještědu prodané u nich v prodejně koncovým zákazníkům až po uskutečněním prodeji zákazníkům, protože při komisní formě prodeje je zboží stále v majetku paličkářky až do jeho konečného prodeje. Při této formě prodeje si paličkářka sama určuje konečnou cenu pro zákazníky, což je její výhoda. Dále je výhodná pro prodejce mj. z důvodu, že pokud by byli plátcí DPH, zatímco paličkářka ne, odváděli by daň jen z poplatku vyúčtovaného paličkářce.

Tabulka č. 1 *Vstupní náklady paličkovaného obrázku Ještědu*

Vstupní náklady:	
Podvinek	450 Kč
Živnostenský list	1 000 Kč
Vstupní náklady celkem	1 450 Kč
Vstupní náklady rozpočítané na 1 ks při předpokládané výrobě 50 ks	29 Kč

Tabulka č. 2 *Variabilní náklady paličkovaného obrázku Ještědu*

Variabilní náklady na 1 obrázek při koncové prodejní ceně:	500 Kč	1 000 Kč	1 500 Kč
Poplatek prodejce za zprostředkování komisionního prodeje 20% z koncové ceny	100 Kč	200 Kč	300 Kč
Výše poplatku za autorská práva (5% z ceny, která vznikne odečtením poplatku prodejcem od koncové ceny)	20 Kč	40 Kč	60 Kč
Příze	18 Kč	18 Kč	18 Kč
Škrob (16 Kč za balení)	1 Kč	1 Kč	1 Kč
Skleněný clip rámeček	54 Kč	54 Kč	54 Kč
Barevná čtvrtka (podklad pod krajku)	7 Kč	7 Kč	7 Kč
Dopravné, resp. poštovné (odhad nákladů na 1 výrobek)	50 Kč	50 Kč	50 Kč
Celkové variabilní náklady	250 Kč	370 Kč	490 Kč

Prodejní cena a zisk

Paličkářka je schopná vyrobit 4 ks obrázků Ještědu za měsíc, tedy 48 max. 50 ks/rok, když jeden kus paličkuje cca 15 hod., což odpovídá 3 hodinám práce denně v pracovní dny. Tato denní produkce je vzhledem k tomu, že se jedná o práci prováděnou ve volných chvílích jen jako přivýdělek k důchodu zcela přiměřená.

V návaznosti na marketingovým výzkumem zjišťované prodejní ceny obrázku Ještědu a v návaznosti na požadavek paličkářky mít z jednoho obrázku kolem 1000 Kč hrubého zisku, byly pro analýzu stanoveny tři prodejní ceny: 500 Kč, 1000 Kč a 1500 Kč. V tabulce č. 3 jsou rozebrány tak, že shrnuje vstupní a variabilní náklady, vyčísluje hrubý zisk z 1 ks obrázku a hrubý příjem přepočítaný na jednu pracovní hodinu (1 ks = 15 pracovních hodin).

Tabulka č. 3 Celkové náklady a hrubý zisk paličkovaného obrázku Ještědu

Prodejní cena obrázku pro konečného zákazníka	500 Kč	1 000 Kč	1 500 Kč
Vstupní náklady na 1 ks při předpokládané výrobě 50 ks	29 Kč		
Variabilní náklady	250 Kč	370 Kč	490 Kč
Hrubý zisk z 1 ks obrázku	221 Kč	630 Kč	1 010 Kč
Hrubý příjem za 1 pracovní hodinu (cca 15hod/1ks)	14,73 Kč	42,00 Kč	67,33 Kč

Z uvedených hodnot hrubého příjmu za 1 pracovní hodinu vyplývá, že při prodejní ceně obrázku 500 Kč není práce náležitě ohodnocena a tudíž je nereálné za tuto cenu výrobek nabízet, byť je tato cena dle marketingového výzkumu jak pro zákazníky, tak pro prodejce nejvíce přijatelná. Navíc neodpovídá požadavku paličkářky na výši jejího zisku, protože si svoji práci za 1 obrázek cení na 1000 Kč, jak se sama vyjádřila. Za prodejní cenu 1000 Kč nebude paličkářka obrázek také vyrábět, protože i tato nevyhovuje jejímu požadavku na zisk. Tomuto požadavku vyhovuje prodejní cena 1500 Kč, kterou je ale dle výzkumu ochotno zaplatit pouze 3 % respondentů. Další zvyšování prodejní ceny by vedlo k neprodejnosti obrázku, což vyplývá i z provedeného marketingového výzkumu, kde žádný z respondentů nebyl ochoten za obrázek zaplatit cenu v kategorii od 1501 Kč do 2000 Kč. Paličkářka tedy bude obrázek Ještědu koncovým zákazníkům nabízet za 1500 Kč, aby bylo dosaženo dostatečného příjmu (viz. tab. č. 3) odpovídajícího náročnosti práce a kterou jsou zákazníci ještě ochotni zaplatit. Další vyhodnocení viz. kapitola Shrnutí strategie prodeje.

Nutno podotknout, že konečný zisk pro paličkářku bude dosažen po odečtení zaplacené výše pojistného na zdravotní pojištění (13,5 % z poloviny čistých příjmů/rok). Při produkci 4 ks obrázků za měsíc, tj. 48 ks/rok (max. 50 ks), nebude platit daň z příjmu (základ daně při předpokládané produkci 50 obrázků nepřesáhne 165.600,- Kč/rok, při kterém se uplatňuje pro starobní důchodce, coby OSVČ, sleva na dani) a ani se neuvažuje placení sociálního pojištění (čistý příjem z 50-ti kusové produkce nepřesáhne 56.400,-Kč/rok), o které by jinak byl konečný zisk nižší.

6.9 Shrnutí strategie prodeje paličkovaného obrázku Ještědu v návaznosti na ekonomickém zhodnocení

Z výše uvedeného vyplývá, že paličkářka by měla obrázek Ještědu prodávat za koncovou cenu pro zákazníky 1500 Kč, přičemž směrem k prodejcům za 1200 Kč/ks, která je ještě prodejná a zároveň by bylo zabezpečeno dostatečné ohodnocení práce, jak si ji ostatně sama cení. Prodej je nejvýhodnější uskutečňovat formou komisionního prodeje, neboť tak si sama určuje konečnou zákaznickou cenu a prodejcům jen zaplatí jimi vyúčtovaný poplatek za zprostředkovaný prodej, který se předpokládá ve výši 20-ti % z koncové ceny. Vzhledem k ceně produktu 1500 Kč, kterou je ale dle marketingového výzkumu ochotno zaplatit jen 3 % respondentů, je nutné paličkovaný obrázek Ještědu nabízet na místech, která navštěvuje nejpočetnější množství turistů se zájmem o stavbu horského hotelu a TV vysílače Ještěd. Dále je nutné zohlednit maximální možné množství produkce paličkářky 4 ks za měsíc. Tato produkce by normálně stačila pokrýt jen jedno prodejní místo, ale s ohledem na to, že výši stanovené ceny 1500 Kč je ochotno zaplatit jen 3 % respondentů, tak je nutné obrázek nabízet na více místech, aby se zvýšila pravděpodobnost jeho prodejnosti. Navrhuje se proto, aby paličkářka daný produkt nabízela k prodeji na třech prodejních místech, a to v prodejně suvenýrů přímo na horském hotelu Ještěd, v Městském informačním centru Liberec a v prodejně upomínkových a dekoračních předmětů Nový Jubilant, které, jak je patrné z marketingového výzkumu, o daný produkt projeví zájem. Na těchto místech by paličkářka měla obrázek nabízet v různých variantách barev podkladu tak, jak jsou výše uvedeny, aby byli osloveni zákazníci s odlišným vkusem.

Vzhledem pak k tomu, že Liberecký kraj ročně navštíví okolo 700 tis. hostů (z čehož je cca 200 tis. cizinců)[11], je pravděpodobné, že nejméně 1 % z nich projeví zájem o Ještěd. V návaznosti na marketingový výzkum pak lze uvažovat, že pokud z tohoto procenta, tedy ze 7000 hostů vypočítáme 38 %, což je množství respondentů, kteří by paličkovaný obrázek zakoupili a z nich pak další 3 %, což jsou respondenti ochotni zaplatit cenu 1500 Kč, dostaneme se k číslu 79,8. To je tedy počet turistů, kteří by byli potenciálními kupci paličkovaného obrázku Ještědu za stanovenou cenu 1500 Kč. Touto úvahou bylo ověřeno, že i při tak nízkém uvažovaném 1 procentu zájemců o Ještěd a při této vysoké prodejní ceně, by měla být zabezpečena prodejnost paličkovaného obrázku

Ještědu pro max. roční produkci 50 ks. Zvláště pak, když bylo v marketingovém výzkumu zjištěno, že nejenom turisté (respondenti bydlící mimo Liberecký kraj), ale i obyvatelé Libereckého kraje projeví zájem o paličkovaný obrázek Ještědu. Je vhodné zmínit, že o jinou tematiku upomínající Liberecký region, než Ještěd, neměli respondenti výzkumu velký zájem a tak by nebylo třeba motiv Ještědu měnit.

Z navržené strategie prodeje a ekonomického zhodnocení prodejnosti paličkovaného obrázku lze vyvodit, že by bylo reálné na stanovených prodejních místech uskutečnit prodej roční předpokládané produkce, čímž by byl paličkářce zabezpečen přívýdělek ke starobnímu důchodu ve výši 4040 Kč hrubého zisku za měsíc (cca 3700 Kč skutečného měsíčního zisku). Výše zisku je pro účely přívýdělku k důchodu dostačující, i když průměrný hrubý příjem na hodinu (67,33 Kč/hod.) neodpovídá průměrné mzdě naší republiky v současnosti (cca 22 tis., což je cca 125 Kč/hod.[12]). Nedoporučovalo by se tedy si tímto zabezpečovat hlavní zdroj příjmů. Protože se ale v tomto případě jedná o paličkářku, které je toto řemeslo koníčkem a provozuje jej řadu let bez finančního užitku, mohla by svůj um alespoň tímto způsobem jako přívýdělek zúročit. Pokud by si chtěla zabezpečit ještě jistější odbyť paličkovaných obrázků, pak by bylo vhodné do nich paličkovat jiné motivy, tradičně paličkováné (např. motivy Vánoc, Velikonoc, ženské hlavy, siluety postav, zvířecí motivy apod.), protože z výzkumu vyplývá, že by byl o tuto tematiku větší zájem, než o motiv stavby horského hotelu a TV vysílače Ještěd.

Provedeným marketingovým výzkumem se zjistilo, že jsou produkty ručního paličkování líbivé a že by byl o ručně paličkováné obrázky i v dnešní době zájem, i když se jedná o krajku a řemeslo, které se v dnešní době již moc neuplatňuje. Uvedenou analýzou se zjistilo, že přivydělávat si k důchodu paličkováním, resp. ručně paličkovánými propagačními výrobky, je i v dnešní době možné, ale jako hlavní zdroj příjmů by se nedoporučovalo.

7 ZÁVĚR

Předmětem bakalářské práce byla analýza prodeje textilních propagačních výrobků, která byla provedena prostřednictvím produktu vyrobeného technikou ručního paličkování. Cílem této práce pak bylo zjistit, zda by bylo v dnešní době možné a finančně efektivní, přivydělávat si prodejem takových výrobků, když po produktech ručního paličkování není v současnosti téměř poptávka a když je toto řemeslo udržováno převážně jen prostřednictvím úzkého okruhu zájemkyň v jejich volných chvílích. Za tímto účelem byla zhotovena ručně paličkovaná krajka stavby horského hotelu a TV vysílače Ještěd, která byla vsazena do skleněného rámečku na barevný podklad. Tím vzniknul obrázek velikosti A4 na zeď či stůl, coby upomínkový a propagační předmět na region Liberec. Obrázek byl vyroben paličkářkou Ing. Márií Křelinovou z Neratovic, právě pro níž bylo v práci analyzováno, zda by si prodejem těchto obrázků dokázala přivydělávat ke starobnímu důchodu. Podvinek - technický nákres vzoru Ještědu, byl vyhotoven paní Ivou Proškovou z Prahy, která je jednou z našich nejvýznamnějších osob ručně paličkované krajky současnosti.

Aby mohlo být dosaženo cíle, bylo potřeba zjistit, zda by byl zájem o ručně paličkované obrázky s Ještědem, nebo o obrázky s jinými motivy Libereckého regionu, či s tradičně paličkovanými motivy, a tak byl v rámci bakalářské práce proveden marketingový výzkum prodejnosti takových obrázků. Výzkum byl proveden ze strany potenciálních zákazníků, kde byl zjišťován zájem o koupi obrázků a dále ze strany potenciálních prodejců v Liberci, kde byl zjišťován zájem prodávat tyto obrázky.

Z výzkumu vyplynulo, že se i dnešní společnosti líbí ručně paličkované interiérové textilie, že by projevila zájem o koupi daného obrázku Ještědu (38 % respondentů plus 13 % za předpokladu jiné výtvarné verze Ještědu) a i o jeho prodej (70 % respondentů plus 20 % za předpokladu jiné výtvarné verze Ještědu). Motiv horského hotelu a TV vysílače Ještěd by dala přednost před jinými tématy charakterizujícími region Liberec (např. liberecká radnice, zřícenina hradu Trosky, zámek Sychrov, liberecká ZOO apod.) a upřednostnila by jej položit do obrázku na černý podklad. Nejlépe prodejný by byl obrázek v cenové relaci do 500 Kč a prodejci i takto správně odhadli reakci zákazníků. Bylo také zjištěno, že respondenti představující zákazníky, nikoliv prodejce, by více než moti-

vy propagující Liberecký region kupovali paličkované obrázky s tradičně paličkovanými motivy jako jsou např. témata Velikonoční, Vánoční, ženských hlav, figur, zvířat aj., jak byly pro příklad zobrazeny v příloze k dotazníkům.

Závěrem byla navržena pro paličkářku paní Ing. Márii Křelinovou strategie prodeje daného obrázku s ohledem na právní a ekonomická hlediska, aby dosáhla co nejlepšího finančního přínosu a bylo reálné si prodejem paličkovaného obrázku přivydělávat k důchodu. V závislosti na maximálně možnou produkci bylo navrženo prodej uskutečňovat ve městě Liberec a na třech konkrétních prodejních místech, kde bude nejvíce osloven vhodný segment trhu (turisté, hosté, zájemci o Ještěd). Bylo navrženo prodávat formou komisního prodeje za koncovou cenu 1500 Kč a v různých variantách provedení barevného podkladu pod paličkovanou krajku. Bylo zhodnoceno, že maximálně možná produkce 50 ks by měla být za stanovenou cenu prodejná, i když tato cena není respondenty nejlépe akceptovaná, ale pro dané množství maximálně možné produkce je i přesto vyhovující. Bylo zhodnoceno, že při této ceně a této produkci bude paličkářka, coby OSVČ ve starobním důchodu, spadat do kategorie, kdy nebude muset platit daň z příjmu, ani sociální pojištění a bude mít úlevu na zdravotním pojištění. Z toho bylo vyvozeno, že výše zisku je jako přivýdělek k důchodu dostačující a navíc by tak paličkářka zúročila svůj um, když toto řemeslo dělá řadu let bez finančního užitku.

I když se jedná o krajku a řemeslo, které se v dnešní době již moc neuplatňuje, touto bakalářskou prací bylo zjištěno, že by bylo možné, aby si paličkářka ručně paličkovaným obrázkem Ještědu přivydělávala k příjmu ze starobního důchodu. Nedoporučovalo by se ale mít tuto práci jako hlavní a jediný zdroj příjmů.

V práci také byla připomenuta historie a vývoj paličkované krajky a popsána technika ručního paličkování, aby byla paličkovaná krajka řádně uvedena a aby bylo objasněno, jak vzniká, co je potřeba za pomůcky, nástroje a bylo zorientováno v pojmech charakterizujících paličkování.

LITERATURA

- [1]. Vondrušková, A., Prošková I. Krajkářství. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0670-9
- [2]. Prošková, I. Ručně paličkováná krajka. Praha: Paličkování, 1994. ISBN 80-901724-0-7
- [3]. Vránová, M. Krušnohorská paličkováná krajka. Karlovy Vary: Krajské muzeum Karlovy Vary, 2004. ISBN neuvedeno
- [4]. Prošková, I., Vozková, E. Sít'ování. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 80-251-0123-1
- [5]. Prošková, I. Krajka zvaná vláčka. Praha: Paličkování, 1996. ISBN 80-901724-3-1
- [6]. Česká správa sociálního zabezpečení. [cit.9.3.2009] Dostupné z: <http://www.cssz.cz/cz/osoby-samostatne-vydelecne-cinne/ucast-na-pojisteni>
- [7]. Šídová, K., Holomečková, V., Hobby.cz. [cit.6.1.2009] Dostupné z: http://hobby.idnes.cz/palickovany-zvonek-na-stromecek-stihnete-do-vanoc-fs8-/hobby-domov.asp?c=A081216_010226_hobby-domov_lud
- [8]. Sůra, J. Ještěd ovládnul svět reklamy. [cit.31.3.2009] Dostupné z: <http://www.sreality.cz/reality/jested-ovladl-svet-reklamy-a1370>
- [9]. Šimová, J. Marketingový výzkum. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2005. ISBN 80-7372-014-0
- [10]. Český statistický úřad Liberecký kraj. [cit.1.9.2009] Dostupné z: <http://www.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/home>
- [11]. Český statistický úřad Liberecký kraj. [cit.8.9.2009] Dostupné z: http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/cestovni_ruch-xl
- [12]. Český statistický úřad Liberecký kraj. [cit.10.9.2009] Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/publ/1301-09-k_1_1_2009
- [13]. Achieb.cz. [cit.10.9.2009] Dostupné z: <http://www.archiweb.cz/architects.php?type=arch&place=&action=show&id=738>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Ukázka paličkovací techniky na jednoduché vánoční ozdobě – paličkovaném zvonku

Příloha č. 2: Iva Prošková - podvinek Ještědu pro techniku ručního paličkování

Příloha č. 3: Dotazník (zákazníci)

Příloha č. 4: Dotazník (prodejci)

Příloha č. 5: Příloha k dotazníkům č. 1 - k otázce č. 2, 3 a 4

Příloha č. 6: Příloha k dotazníkům č. 2 – k otázce č. 6

Ukázka paličkovací techniky na jednoduché vánoční ozdobě – paličkovaném zvonku

Příprava:

Len nebo perlovka v bílé barvě, zlatá nit na ozdobu krajky v jakékoli tloušťce, herdula se stojánkem, 6 párů paliček, podvinek (technický návrh), špendlíky, tvrdý papír, průhledný papír na překrytí, pletařský háček a škrob na prádlo v rozstříkovací nádobě.

Postup:

Na herduli se zavěsí tvrdý papír, na který se položí podvinek (technický nákres). Přes podvinek se položí průhledný papír, aby se krajka od podvinku neušpinila (neobtiskla) a vše se připíchne špendlíky s kovovou hlavičkou k herduli:



Upevnění podvinku k herduli [7]

Na vrcholu zvonku se připíchne rovnoměrně od sebe šest párů paliček. Zlatá stužka se umístí doprostřed (plní funkci nitě) a pro větší pevnost se uchyť dvěma špendlíky. Paličkuje se plátňovou vazbou až do konce řady, kde se natažený pár zakroučí (pravá přes levou) a obtočí kolem špendlíku. Takto se pokračuje směrem zleva doprava a zpět:



Zavěšení párů paliček na špendlíky a plátňová vazba [7]

Stále se paličkuje podle technického výkresu k prvnímu překřížení, které vede přes spodní již hotovou část krajky. Tady se spojí pomocí háčku vodivý pár s již hotovým očkem (vznikne vyndáním špendlíku). Ze spodní strany očka se dále prostrčí háček, kterým se uchopí pravá část překřížené vodící nitě a protáhne očkem. Vznikne smyčka, kterou se prostrčí zbývající palička téhož páru. Utáhne se a upraví. Takto se pokračuje dál na všech čtyřech okrajových spojích jednoho (celkem ze tří) překřížení, podobně i podél celé spodní části zvonku až k vrcholu, kde se krajka spojí:



*Přechod přes spodní krajku
a spojení krajních čtyř bodů [7]*



*Protažení paličky při upevnění
krajky k očku [7]*

Zakončuje se v místě, ve kterém se začalo, a to pomocí háčku. Do posledního očka každého páru se připojí příchozí pár. Konce nití je nutné pevně zajistit, aby se krajka nerozpadla. Konce zlatých nití se ustříhnou a protáhnou pod první tři vodorovné bílé nitě na začátku krajky:



Ustřížení zlatého páru nití a protažení do prvních třech nití [7]

Pro upevnění zbývajících nití se použije žebrový uzel. Vodivý pár se zakroučí (pravá přes levou) a spodní nit natáhne směrem k druhému kraji. Zbylé nitě se postupně naváží na spodní nataženou nit tak, že se svislá nit přeloží přes vodivou a provlékne se vytvořeným očkem:



Zakončení krajky žebrovým uzlem [7]

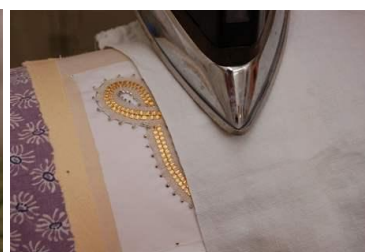
Po navázání poslední nitě se uplete ze dvou párů - 4 nití - řetízek, který se využije na zavěšení. Ostatní nitě se odstříhnou tak, aby nebyly vidět. Poté se krajka naškrobí, přežehlí a na závěr se odstraní špendlíky z oček krajky, čímž se krajka odstraní z herdule a je hotová:[7]



Řetízek [7]



Škrobení [7]

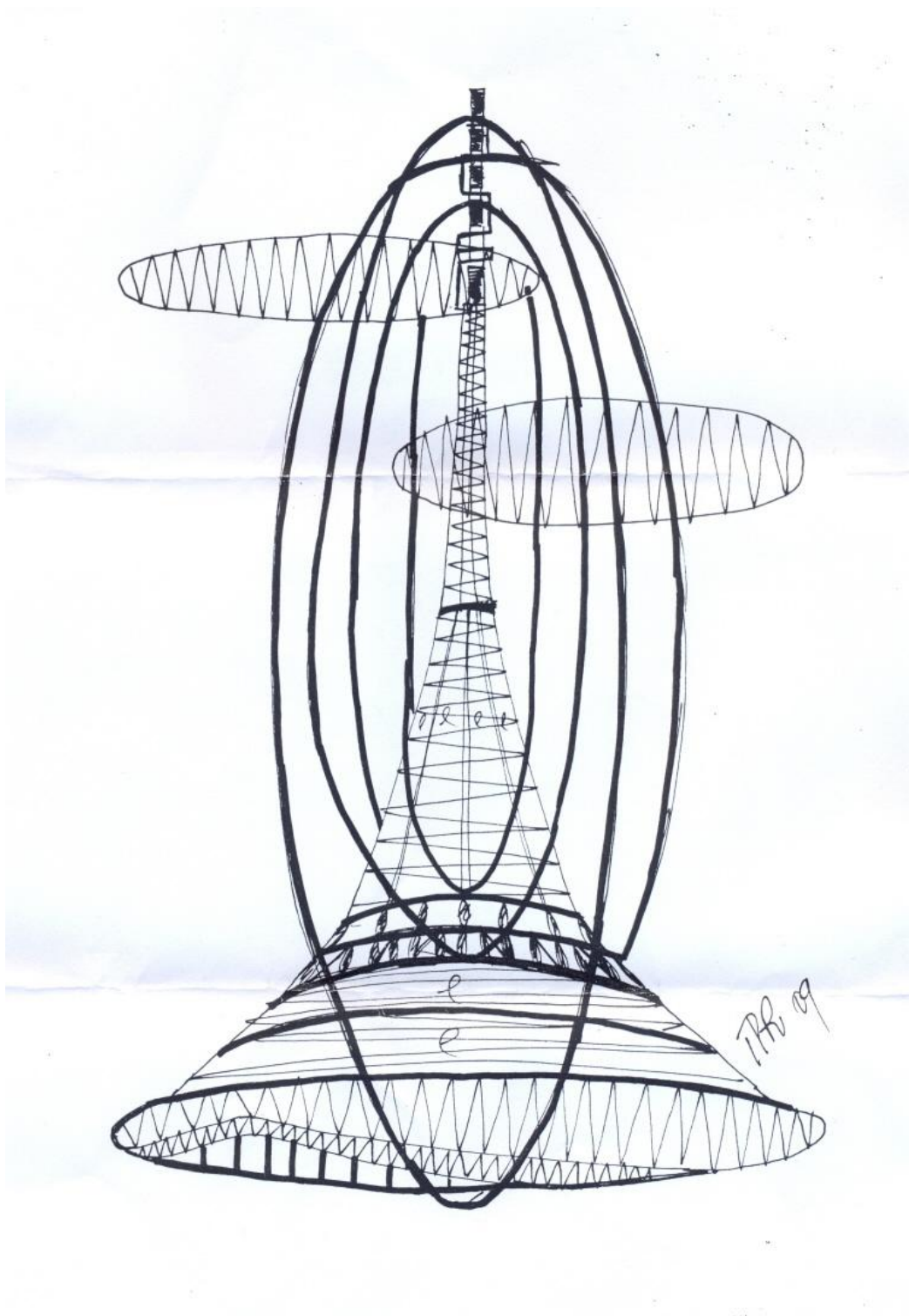


Žehlení [7]



Hotová krajka [7]

Iva Prošková - podvinek Ještědu pro techniku ručního paličkování



Dotazník (zákazníci)

- 1. Líbí se Vám obrázky, krajky, ubrousky, či jiné textilie vyrobené technikou ručního paličkování?**
- ano ne
- 2. Zakoupili byste některý z uvedených obrázků ručně paličkovaného Ještědu (velikost A4 zarámovaný pod sklem) – viz. příloha k dotazníku č. 1?**
- ano – pro sebe
 ano – jako dárek pro své blízké či známé
 ne – nelíbí se mi toto výtvarné zpracování Ještědu, kdyby se mi líbilo, o koupi pro sebe nebo jako dárek bych uvažoval/a
 ne – takovýto upomínkový předmět na Liberec by se nehodil ani do mého interiéru, ani do interiéru mých blízkých či známých
 ne – nelíbí se mi žádné obrázky na stěnu, či stůl provedené technikou ručního paličkování
- 3. I pokud jste nezaškrkli v předchozí odpovědi možnost ano, prosím Vás, odpovězte, který obrázek Ještědu z přílohy k dotazníku č. 1 se Vám líbí nejvíce ?**
- Ještěd 1 Ještěd 2 Ještěd 3 Ještěd 4 Ještěd 5 Ještěd 6 žádný
- 4. I v případě, že byste si obrázek Ještědu z přílohy nekoupili, zkuste, prosím Vás, zvážit, za jakou cenu by byla tato ruční práce zřejmě prodejná, resp. kolik byste byli ochotni za ni zaplatit?**
- do 500 Kč od 501 do 1000 Kč od 1001 do 1500 Kč od 1501 do 2000 Kč
- 5. Koupili byste si (pro sebe či jako dárek) ručně paličkovaný obrázek na jiné motivy Libereckého kraje (např. liberecká radnice, zřícenina hradu Trosky, zámek Sychrov, liberecká ZOO apod.), než je Ještěd?**
- ano ne
- 6. Koupili byste si (pro sebe či jako dárek) některý z ručně paličkovaných obrázků uvedených v příloze k dotazníku č. 2?**
- ano ne
- 7. Kolik je Vám let? Zařad'te se, prosím Vás, do příslušné věkové kategorie.**
- dítě nebo mladistvý produktivní věk důchodový věk
- 8. Jakého jste pohlaví?**
- žena muž
- 9. Je Vaše bydliště v Libereckém kraji?**
- ano ne

Děkuji Vám za Váš čas věnovaný tomuto dotazníku.

Dotazník (prodejci)

1. Líbí se Vám obrázky, krajky, ubrousky, či jiné textilie vyrobené technikou ručního paličkování?

ano ne

2. Byla by Vaše prodejna ochotna rozšířit sortiment nabízeného zboží o propagační obrázky na motivy Libereckého kraje vyrobené technikou ručního paličkování, jako např. obrázky Ještědu (velikosti A4 zarámované pod sklem) vyobrazené v příloze k dotazníku č. 1?

ano – trvale

ano – do komise, resp. nejdříve jen na vyzkoušení prodejnosti a dle výsledků buď trvalý sortiment a nebo upuštění od tohoto sortimentu

ne – nelíbí se mi toto výtvarné zpracování Ještědu, kdyby se mi líbilo, tak bych o nabízení takového paličkovaného výrobku uvažoval/a

ne – takovýto upomínkový předmět by byl zřejmě neprodejný, protože by se nehodil do interiérů zákazníků, a proto bych ani nevyzkoušel/a takovýto sortiment nabízet

ne – nelíbí se mi žádné obrázky na stěnu či stůl provedené technikou ručního paličkování, a proto bych takovýto či jiný obrázek nenabízel/a

3. I pokud jste nezaškrtnli v předchozí odpovědi možnost ano, prosím Vás, odpovězte, který obrázek Ještědu z přílohy k dotazníku č. 1 se Vám líbí nejvíce ?

Ještěd 1 Ještěd 2 Ještěd 3 Ještěd 4 Ještěd 5 Ještěd 6 žádný

4. I v případě, že byste obrázek ručně paličkovaného Ještědu nenabízel/a, prosím Vás zaškrtněte, za kolik Kč si myslíte, že by byl prodejný?

do 500 Kč

od 1001 do 1500 Kč

od 501 do 1000 Kč

od 1501 do 2000 Kč

5. Byl/a byste ochoten/na nabízet ručně paličkované obrázky na jiné motivy Libereckého kraje (např. liberecká radnice, zřícenina hradu Trosky, zámek Sychrov, liberecká ZOO apod.)?

ano ne

6. Byl/a byste ochoten/na nabízet některý z ručně paličkovaných obrázků uvedených v příloze k dotazníku č. 2?

ano ne

7. Prosím Vás o uvedení názvu Vaší prodejny a její adresy:

.....

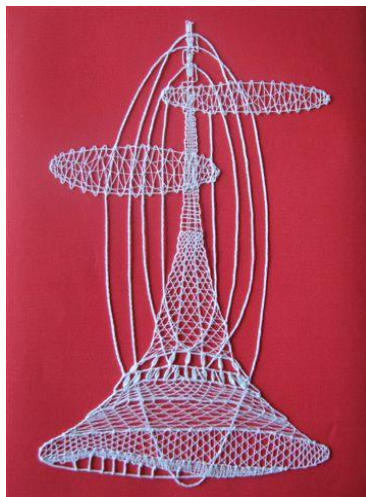
Děkuji Vám za Váš čas věnovaný tomuto dotazníku.

Příloha k dotazníkům č. 1 - k otázce č. 2., 3. a 4.

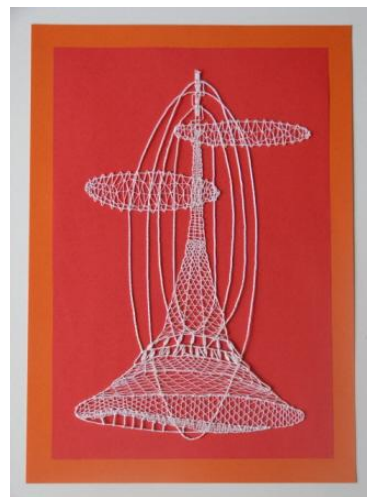
Ještěd 1



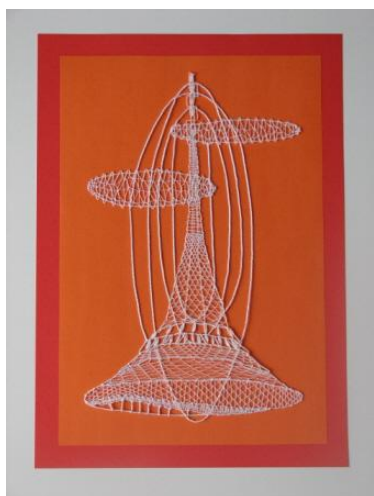
Ještěd 2



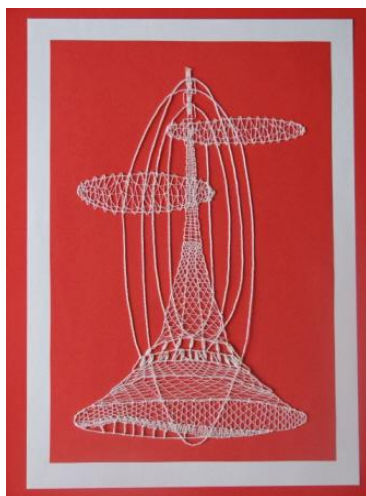
Ještěd 3



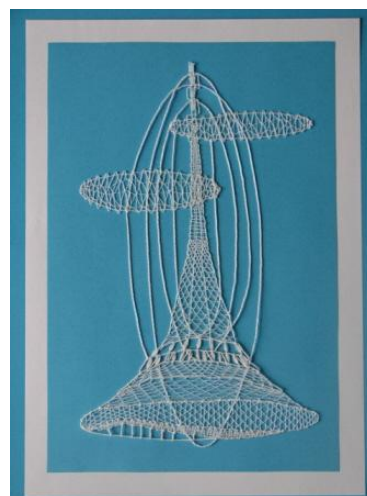
Ještěd 4



Ještěd 5



Ještěd 6



Příloha k dotazníkům č. 2 – k otázce č. 6

