

Cesty

BcA. Helena Václavková

Diplomová práce
2019

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Design obuvi
akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Helena Václavková**
Osobní číslo: **K16277**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Design obuvi**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Cesty**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

Vypracujte studii popisující současnou mladou ženu generace Y, s touhou po pracovní seberealizaci spojenou s cestováním. Dále definujte způsob, délku i cíle cestování této uživatelské skupiny. Objasněte pojem digitální prostředí a jeho vliv na možnosti mileniálů v globalizovaném světě. Současně charakterizujte jejich status a způsoby vyjadřování identity v digitální společnosti. Zmapujte historii cestovních zavazadel a uveďte konkrétní příklady značek, které ovlivnily tuto tematiku.

2. Praktická část:

Vytvořte autorskou kolekci cestovních zavazadel a jejich přídatných doplňků, reflektující danou problematiku. Navrhněte osobitou kolekci v počtu min. 8 kusů. Přiložte kresebné návrhy, stříhové řešení a technický popis dokumentující vývoj jednotlivých modelů. Součástí předané písemné práce je dodání elektronické verze diplomové práce na Flash disku, který bude obsahovat taktéž samostatné fotografie v tiskové kvalitě z praktické části diplomové práce. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formát pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách.

Rozsah diplomové práce: **minimálně 45 normostran**
Rozsah příloh: **minimálně 15 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

BENCKENDORFFF, Pierre, Gianna MOSCARDO a Donna PENDERGAST. Tourism and generation Y. Wallingford, Oxfordshire, UK ; Cambridge, MA : CAB International, 2010, 170 s. ISBN 9781845936020.

LIPOVETSKY, Gilles. Třetí žena: Neměnnost a proměny ženství. Prostor, 2007, 329 s. ISBN 978-80-7260-171-4.

KUBÁTOVÁ, Jaroslava a Adéla KUBELKOVÁ. Interkulturní rozdíly v pracovní motivaci generace Y: Příklad České republiky a Francie. Olomouc: Univerzita Palackého, 2014, 128 s. ISBN 9788024439617.

ROSULEK, Martin. Digitální nomád. Powerprint, 2016, 312 s. ISBN 978-80-7568-014-3.

LIPOVETSKY, Gilles. Paradoxní štěstí: Esej o hyperkonzumní společnosti. Prostor, 2007, 448 s. ISBN 978-80-7260-184-4.

Vedoucí diplomové práce: **MgA. Jana Buch**
Ateliér Design obuvi
Datum zadání diplomové práce: **1. listopadu 2018**
Termín odevzdání diplomové práce: **10. května 2019**

Ve Zlíně dne 8. prosince 2018

doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkanka



Mgr. Art. Ivana Kaňovská, ArtD.
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 3. 5. 2019

Jméno a příjmení studenta:
podpis studenta

ABSTRAKT

Teoretická část diplomové práce se zabývá vztahem ženy k cestování, nejen jako k zálibě, ale také pracovní seberealizaci.

Ženské cestování je v této práci předmětem zkoumání napříč historií, až po současnou generaci Y, která je zároveň cílovou skupinou autorské kolekce.

Dále mapuje historický vývoj cestovních zavazadel od průlomových vynálezů po jejich současný design.

Praktická část představuje vývoj a samotnou realizaci autorské kolekce dámského cestovního setu pro danou uživatelskou skupinu.

Klíčová slova: žena, generace Y, cestování, pracovní seberealizace, digitální prostředí, zavazadlo

ABSTRACT

Theoretical part of this diploma thesis deals with relationship of a woman to traveling, not only as a hobby but also as a work self-realization. Female traveling is the subject of research across history to present generation Y, which is also the target group of the author collection.

Further it maps historical development of travel luggage from breakthrough inventions to current design.

Practical part represents development and realization of the author collection of ladies travel set for that target group.

Keywords: woman, generation Y, travelling, work self-realization, digital environment, luggage

Touto cestou bych chtěla poděkovat MgA. Janě Buch za konzultace při vedení mé diplomové práce a za cenné rady, které mi předávala v průběhu celého studia na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně.

Poděkovat bych chtěla i výrobní firmě Peon, za jejich zájem spolupracovat a za samotnou realizaci výroby obuvi.

Velký dík patří mé rodině, tátovi, díky jehož podpoře jsem mohla studovat to, co mě baví a taky odcestovat na studijní pobyty do zahraničí. Mé mamince, která mě stráží z nebe, ona byla tou osobou, která ve mně viděla kreativní duši a na jejíž přání jsem začala studovat uměleckou školu, a teď nelituji.

Taky jsem moc vděčná Marušce, která je mi doma největší oporou a zároveň náhradní mámou.

Svým kamarádům, především Kačence a Ivance, které při mně stojí už od našich dětských let.

Poslední a obrovský velký dík patří mému příteli, který při mně stál za každé situace a kterému jsem vděčná za jeho věčný optimismus, podporu a nekonečná objetí.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce je verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

OBSAH	6
ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	10
1 CESTOVATELKY/ŽENY MINULÉ	11
1.1 POVOLÁNÍ CESTOVATELEK	12
1.2 SPECIFIKACE ŽENSKÉHO CESTOVÁNÍ	12
1.2.1 CESTOVNÍ VYBAVENÍ	13
1.2.2 KOMUNIKACE NA CESTÁCH	14
2 CESTOVATELKY / GENERACE Y	15
2.1 ŽENA Y	16
2.1.1 PŘEDCHŮDKYNĚ X	17
2.1.2 NÁSLEDOVNICE Z	18
2.2 MOŽNOSTI PROPOJENÍ PRÁCE A CESTOVÁNÍ ŽENY Y	20
2.2.1 BUSINESS TRAVELLER	21
2.2.2 BLEISURE TRAVELLER	21
2.2.3 TRAVELPRENEUR	22
2.2.4 DIGITÁLNÍ NOMÁDSTVÍ	22
3 HISTORICKÝ VÝVOJ CESTOVNÍCH ZAVAZADEL	25
3.1 DŘEVĚNÉ TRUHLY	25
3.2 LOUIS VUITTON LUGGAGE	26
3.3 SAMSONITE	27
3.4 RIMOWA	28
3.5 CAVALET	30
3.6 KUFR NA KOLEČKÁCH	31
3.6.1 BERNARD SADOW	31
3.6.2 ROBERT PLATH - ROLLABOARD	32
3.7 SMART LUGGAGE	34
3.7.1 HORIZN STUDIOS	35
PRAKTICKÁ ČÁST	36
4 KONCEPT KOLEKCE WAYS	37
4.1 MOODBOARD	37
4.2 BAREVNOST	38
4.3 MATERIÁL	39

5	REALIZACE KOLEKCE WAYS	41
5.1	LOGO	42
5.2	CABIN LUGGAGE	44
5.3	CARRY-ON BAG	47
5.4	LAPTOP CASE	48
5.5	WASH BAG	49
5.6	OWN HOTEL SLIPPERS	50
5.7	SNEAKERS - KOLABORACE S LENKOU DRGOVOU A VÝROBNÍ FIRMOU PEON S. R. O.	51
5.7.1	SNEAKERS MODEL Č. 1.....	52
5.7.2	SNEAKERS MODEL Č. 2.....	53
5.8	BACKPACK	54
	ZÁVĚR	56
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	58
	SEZNAM WEBOVÝCH ZDROJŮ	59
	SEZNAM OBRÁZKŮ	61
	SEZNAM PŘÍLOH	64

ÚVOD

Vycházíme-li z předpokladu, že našim životům vládne touha nalézt štěstí, pak nám asi málokterá lidská činnost osvětlí zákony a dynamiku tohoto hledání – se všemi jeho vášněmi i protiklady – lépe než právě cestování.¹

Teoretická část diplomové práce je rozdělena do tří hlavních kapitol.

První kapitola s názvem *Cestovatelky/ženy minulé* bude zachycovat za jakých podmínek a z jakých důvodů se v 19. století vydávaly ženy různého sociálního původu na daleké cesty. Jak na ně bylo v minulé době pohlíženo a jaké cestovní vybavení pro ně bylo na jejich výpravách nezbytné.

Následující druhá kapitola bude zacílena na současnou ženu generace Y, s životní strategií, která spočívá v přirozeném propojení pracovní seberealizace s cestovatelskou vášní.

Dále budou definovány pojmy z oblasti digitálního prostředí, které jsou jedním z prostředků umožňující naplnit její životní styl. Pomocí konkrétních příkladů budou představeny způsoby, jakými mileniálka² může pracovat a cestovat zároveň.

Poslední kapitola bude zaměřena na historický vývoj cestovních zavazadel, který bude mapován od průlomových vynálezů předchozích staletí po moderní design zavazadel současného trhu.

Praktická část diplomové práce bude vycházet z poznatků získaných zpracováním teoretické části, kdy si kladu za cíl vytvořit dámský městský cestovní set. Práce představuje vývoj a samotnou realizaci mé autorské kolekce.

¹ DE BOTTON, Alain. Umění cestovat. Zlín: Kniha Zlin, 2010. Tema (Kniha Zlin). ISBN 978-80-87162-92-7.

² Mileniálka je slangové označení ženy generace Y.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVATELKY/ŽENY MINULÉ

Ve srovnání s muži se ženy historicky vypravovaly na delší cesty později a to spíše v případě nutnosti. Nejčastěji to byly členky šlechtických rodů, které se vydávaly na výpravu, za svým rodiči předurčeným manželem. Jedním z dalších důvodů jejich přemístění byly politické změny, v nejhorším případě následované válkami. Zřídka se také musely potýkat s přírodními katastrofami, díky kterým, musely opustit svá dosavadní obydlí. Žena tedy nejednala ze svého svobodného rozhodnutí, ale nátlakem příbuzenstva či okolních vlivů.

Často žena v podobě manželky nebo dcery doprovázela muže na diplomatické cestě k cizímu dvoru, avšak vojenské nebo politické aktivity se jí netýkaly. Taktéž pracovní cesty v 19. století ve srovnání s muži nebyly pro ženy ničím obvyklým.

Dalším cestovatelským podnětem byly náboženské poutě, kterých se už ve středověku účastnila rovnoprávně obě pohlaví. Ženy se však neúčastnily poutí na velké vzdálenosti. *Navíc v pozdním 19. a v prvních desetiletích 20. století zbožného putování ubývá: z našich dam tak cestovala jen Marie Bílková, řečená Manka Římanka.*³

V meziválečném období se některé dívky odvážily ke studiu na zahraničních univerzitách. Například ke studiu medicíny byly vyhlášené univerzity ve Švýcarsku a v uměleckém zaměření byla atraktivní Francie. Zahraniční studium bylo pro ty, které patřily mezi ambicióznější nutnosti, jelikož české ani rakouské akademie ženy až do konce 19. století ke studiu nepřijímaly. Avšak za vzdělávací cestu by se dalo považovat i objevování cizích zemí a kultur, které předcházela zvědavost. Právě z cest za poznáním, vznikaly písemné reflexe v podobě autorských deníků.

Jedním z dalších stimulů k cestování bez rozdílu pohlaví byla lázeňská rekreace, již se ženy účastnily už od počátku 19. století.

Přestože veřejné mínění pokročilého 19. století už nepochybovalo o právu „druhého pohlaví“ na jisté penzum vzdělání a povolovalo mu omezené spolčování, představa ženy, často neprovdané a ekonomicky nezávislé, která se volně, do míry, kterou jí

³ LENDEROVÁ, Milena. Dámská jízda: cestovatelky z českých zemí a jejich obraz Itálie v letech 1782-1936. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2017. s. 36. ISBN 978-80-7560-095-0.

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

*umožňuje technický pokrok, pohybuje po Evropě, skutečně nemusela být zastáncům tradičního poměru pohlaví po chuti.*⁴ Cestovatelky lze především z mužského úhlu pohledu chápat jako zlověstný element bořící triádu matky, manželky a hospodyně.

1.1 Povolání cestovatelek

Je pojednáváno o době, kdy byly kvalifikované profese teprve na vzestupu. Podle rakouské Österreichische Statistik z 10 000 žen v roce 1880 nejčastěji pracovalo jako dělnice v zemědělství, služky, samostatně činné zemědky, dělnice v průmyslu, majitelky sídel a domů, obchodní, dopravní, od roku 1872 i poštovní služby. V malém množství se ženy profesně realizovaly jako úřednice, učitelky a vychovatelky veřejných ústavů, zdravotnice, církevní povolání. Zcela výjimečně jako spisovatelky, redaktorky nebo umělkyně. Za cestami za inspirací či studiem se vydávaly ženy z medicínských, uměleckých nebo pedagogických zaměření.

1.2 Specifikace ženského cestování

Patriarchálně sestavená společnost nepřipisovala tehdejší ženě jiné postavení než roli matky a strážkyně rodinného krbu. Na začátku 19. století bylo nemyslitelné, aby žena cestovala zcela sama. Cestovatelku doprovázel mužský doprovod, rodinní příslušníci nebo přátelé. *Autorky cestující v mužské či smíšené společnosti zpochybňovaly teorie o segregaci pohlaví: chovaly se svobodně, jedly spolu s ostatními v hostincích, přípravu jídla, úpravu lůžka, údržbu oděvů a balení zavazadel ponechávaly na osobách, které za to byly placeny*⁵.

Mezi tzv. *solo cestovatelky* se jednoznačně zasloužily o prvenství Angličanky. Ženy na cestách byly schopny komunikovat několika cizími jazyky.

⁴ LENDEROVÁ, Milena. ref. 2, s. 39

⁵ LENDEROVÁ, Milena. ref. 2, s. 50

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Stejně jako mužům i ženám hrozilo na cestách možné nebezpečí a diskomfort. Občas se potýkaly se špinavým prostředím svého přechodného ubytování, nepohodlím, hmyzem či zimou. Jako objekty něžného pohlaví mohly být snadno obětmi loupežných přepadení.

Samotné cestě předcházelo pečlivé plánování, které obnášelo studium trasy, koupi průvodců, cestovních zavazadel a vhodného oblečení. Důležitým a nezbytným dokumentem byl cestovní pas. Pasové kontroly byly přísné, cestovatelka musela udávat jasný důvod cesty a kontroly probíhaly nejen na hranicích, ale také uvnitř státu. Ženy svá dobrodružství zaznamenávaly do svých cestovních deníků.

1.2.1 Cestovní vybavení

Ženský oděv určený speciálně na delší cesty se objevuje až v posledním desetiletí 19. století. „*Sukně a kabátek se širokými rukávy ze silného vlněného lodenu, kde jediným ústupkem praktičnosti byla poutka a knoflíky na rubové straně dlouhé a po zemi se vlekoucí sukni, pomocí kterých ji bylo možné podkasat.*“⁶ Letní obměna oděvu byla ušita ze surového hedvábí. Později už módní návrháři počítali i s cestovatelkou za volantem, pro niž navrhli specifický plášť z anglické usně s kápí.

Na počátku první světové války byly turistkám dopřány uvolněnější střihy oděvů v podobě širokého kabátu, kratší sukně a pohodlného dámského žaketu.

Cestovatelkám bylo doporučeno svá ošacení rozdělit do dvou zavazadel, aby nosičům ulehčily jejich manipulaci. Od výše postavení se také odvíjela výbava cestovatelky, kdy ženám z chudších vrstev postačil ranec s chlebem a svátečními šaty zavěšeným na poutní holi. Růženec, peníze a listiny měly často uschované na prsou, společně s flašticí svěcené vody. Do hor jim sloužily bačkory.

Výše postavené dámy cestovaly s prostorným kufrem a příruční kabelou. Do jejich výbavy také spadal plášť svázaný řemínky, který sloužil jako polštář k odpočinku na dlouhých cestách.⁷

⁶ LENDEROVÁ, Milena. *Dámská jízda: cestovatelky z českých zemí a jejich obraz Itálie v letech 1782-1936*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2017. s. 135. ISBN 978-80-7560-095-0.

⁷ LENDEROVÁ, Milena. ref. 5, s. 137

1.2.2 Komunikace na cestách**1.2.2.1 Korespondence**

Tento typ *ego-dokumentu*⁸ se začal využívat už v antickém starověku a své užití si udržel až do raného novověku. V době kdy cesty byly zdlouhavé a nebylo vždy jisté, zda se dotyčná vrátí do svého rodného působiště, byla korespondence nezbytným prostředkem komunikace. Dopisy, skrze které cestovatelka měla možnost komunikovat se svou rodinnou, měly dvojí funkci: informovat adresáta o místě, které mu bylo neznámé a také udržovat pouto mezi pisatelkou a jejími blízkými. Sepsání takové zprávy, bylo zpravidla ve schopnostech vzdělané osoby s vyšším sociálním statutem.

1.2.2.2 Deník

Osobní deník je chronologicky psaný text autobiografického žánru, primárně pro vlastní potřebu autora. Základními prvky osobního deníku je autentičnost, stručnost a pravidelnost datovaných zápisů. Je to prostředek duševní hygieny, kdy se autor může vypsat ze svého trápení. Deníky mohou obsahovat i autorův komplexnější pohled na společnost, ale především představují jeho přání, sny, plány, jeho hodnoty.

Mezi první osobní deníky by se daly považovat zápisky perských či římských vládařů, například ve spisech Marca Aurelia. Avšak plnohodnotné vyjádření tohoto druhu se objevuje až v 15. století v období renesance, kdy jsou autoři deníků schopni sestavit strukturovaný text a po jehož dokončení je možné rozeznat i jeho osobnost.⁹

⁸ *Ego-dokument je zápis popisující svědectví vzniklá z vlastní iniciativy autora, dokument je soukromého subjektivního charakteru.*

⁹ LENDEROVÁ, Milena, Jana, STRÁNÍKOVÁ a Martina BOROVIČKOVÁ. *Důvěrné stránky: obrazy z 19. století v pramenech osobní povahy.* Univerzita Pardubice, 2015. s. 8. ISBN 978-80-7395-935-7.

2 CESTOVATELKY / GENERACE Y

Generaci Y je obecně definována jako skupina lidí narozených v rozmezí 1980-1996, jinak také řečeno *mileniálové*, *generace Why*, *Generace Search*, *digitální domorodci* aj.

Dnešní dvacátníci a třicátníci projevují se svobodným myšlením a otevřenými možnostmi. Lidé narození do věku teroristických útoků, do nikým nezapomenutelného 11. září 2001, kdy teroristé organizace Al-Kajdá zaútočili na Spojené státy americké.¹⁰

Dalším zásadním milníkem byla globální finanční krize v roce 2008, která tehdy nastupující generaci do zaměstnání predikovala nedostatek pracovních příležitostí.

Tzv. *Mileniálové*, kteří vyrůstali v rozpuku devadesátých let 20. století, jsou hluboce svázáni se způsoby moderní komunikace a bez přístupu k internetu a svého mobilního telefonu si téměř nedokáží představit svou existenci. „*Příslušníci generace Y jsou dětmi kybernetické revoluce. Tak jako průmyslová revoluce změnila životní styl a kulturu na konci 19. století, mění všudypřítomná možnost připojení a digitální pokrok DNA současné mladé generace i těch budoucích.*“¹¹

Dalším důležitým charakteristickým znakem této generace je volnost, pocit, že mohou navštívit každý kout světa a pracovat odkudkoli bez žádných bariér. V podobě tzv. digitálních nomádů dobrodružnější jedinci chytře spojí vášně pro cestování s prací online.

¹⁰ BENCKENDORFF, Pierre, Gianna MOSCARDO a Donna PENDERGAST. *Tourism and generation Y*. Cambridge, MA: CAB International, 2010. s. 19. ISBN 9781845936013.

¹¹ BERGH, Joeri van den a Mattias BEHRER. *Jak cool značky zůstávají hot: marketing zaměřený na mladou "generaci Y"*. Brno: Bizbooks, 2012. s. 19. ISBN 978-80-265-0002-5.



Obr. 1: inspirační koláž – cestovatelka generace Y

2.1 Žena Y

Byly vychovávány v rovnosti, tudíž se nebojí rovnat mužům v pozicích, které pro ně dříve byly nedosažitelné. Ženy, které se nerozhodují mezi kariérou a rodinným životem, jsou schopny budovat tyto základní životní pilíře současně.

Na rozdíl od předchozích generací se odmítají obětovat práci. Ale není pravdou, že u emancipovaného ženského pohlaví vymizel tradiční vzorec chování, spočívající v mateřství a péči o rodinu. Rozdílem je, že dnes si žena může vybrat svou životní cestu podle svých představ. V průběhu své socializace, může žena díky svým individuálním dispozicím přijmout určité prvky tradičního chování a méně či více je v životě uplatnit. Akt odmítnutí či přijetí této tradiční role, je součástí aktivní životní strategie, ne jako v minulosti, defenzivním přijetím daných stereotypů.¹²

¹² VODÁKOVÁ, Alena a Olga VODÁKOVÁ. Rod ženský: kdo jsme, odkud jsme přišly, kam jdeme?. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. s. 273. Sociologické aktuality. ISBN 80-86429-18-0.

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Jejich zaměstnání nebylo dříve vnímáno jako doména, která dotváří podstatnou část jejich identity. „*Profesní aktivita žen dosáhla v našich společnostech zásadní svéprávnosti ve vztahu k rodinnému životu, stala se hodnotou, nástrojem osobního naplnění, činností, která na ženu nedoléhá, naopak kterou žena požaduje.*“¹³

Jsou odhodlané ucházet se o takové pracovní pozice, které je kromě finančních prostředků, obohatí i v rovině životních hodnot. Moderní technologie a globalizovaný svět jim umožňují se realizovat v tom, co je naplňuje, napříč obory a státy. Jak se říká, svět se zmenšuje a stále více se rozšiřuje skupina těch, kteří chtějí cestovat a to nejlépe ve spojení se svou kariérou.

2.1.1 Předchůdkyně X

Dotyční narození v rozmezí let 1965-1979 spadají do generace, která prožila část svého života v ještě neglobalizovaném světě. Generace jinak také nazývaná jako *stínová* či *lhostejná*.

Ženy této generace ustupují od tradičního rodinného modelu a dávají přednost vzdělání a kariérnímu růstu. Tomu následoval fakt, že celkem vysoké procento žen generace X zůstalo bezdětných.

¹³ LIPOVETSKY, Gilles. *Třetí žena: neměnnost a proměny ženství*. V českém jazyce vyd. 2. Přeložil Martin POKORNÝ. Praha: Prostor, 2007. s. 238. ISBN 978-80-7260-171-4.



Obr. 2: inspirační koláž – cestovatelka generace X

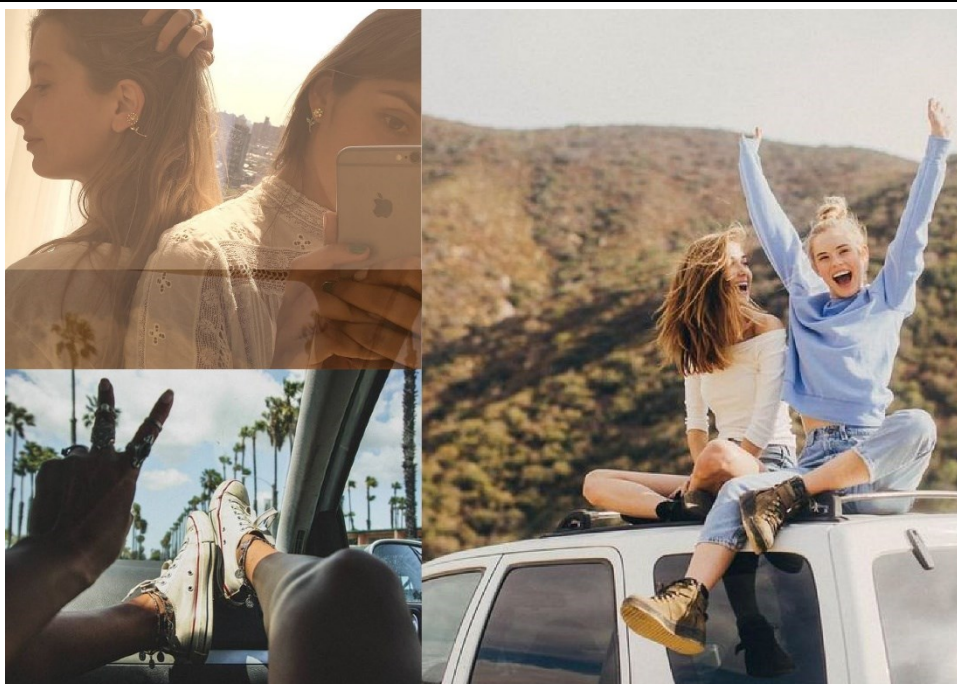
2.1.2 Následovnice Z

Jedná se zatím o nejmladší generaci *post-mileniálů* narozených po roce 1996. Jsou to potomci generace X. Děti narozené do společnosti, která je permanentně připojená k internetu. Moderní technologie vnímají jako součást svého každodenního bytí.¹⁴

Pomyslným heslem této nejmladší generace je *multitasking*, kdy je osoba schopna vykonávat několik úkonů současně, proto je také pro ně typické přepínání pozornosti mezi až pěti různými zařízeními, jako jsou iPhone, laptop, tablet, iPad, televize apod.¹⁵

¹⁴ Co mají společného mileniálové a generace Z?. *M-journal* [online]. [cit. 2019-01-08]. Dostupné z: <https://www.m-journal.cz>

¹⁵ Je multitasking zlo?. *Medium* [online]. [cit. 2019-01-08]. Dostupné z: <https://medium.com>



Obr. 3: inspirační koláž – cestovatelka generace Z

2.1.2.1 Digitální prostředí

Digitální prostředí je integrovaný systém, kde jsou elektronická zařízení komunikačními nástroji. Tento koncept je založen na digitálních elektronických systémech, které jsou poskytovány pro globální komunitu. Hlavním prostředkem digitálního prostředí je internetová síť. Prostřednictvím internetu je vytvářen digitální prostor webovými stránkami, vyhledávači, mobilními aplikacemi, sociálními médii a dalšími webovými zdroji.¹⁶

2.1.2.2 Sdílená ekonomika

Sdílená ekonomika z anglického *sharing economy*, neboli spoluspotřebitelství spočívá v pronájmu, výměnách či sdílení majetku. Nejběžnějším příkladem sdílené ekonomiky je pronajímání nemovitosti nebo auta, v době kdy je nepotřebujete. Tento termín se

¹⁶ SCHMIDT, Eric a Jared COHEN. *Nová doba digitální: Jak se přetváří budoucnost lidí, národů a obchodu = The new digital age*. Tetčice: Impossible, c2014. ISBN 978-80-87673-04-1.

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

začal objevovat na začátku 21. století, jako řešení problémů omezených zdrojů a rostoucí poptávky.¹⁷ Zrod této ekonomiky především umožnily moderní technologie, mobilní aplikace, které jsou schopny propojit poptávku s nabídkou téměř okamžitě. Současní třicátníci primárně neusilují po vlastnění drahého auta nebo nemovitosti. Své finance investují do zážitků a cestování.

V sektoru cestovního ruchu se jedná zejména o společnosti *Airbnb* a *Uber*, které mění hotel za náhradní domov a taxi za osobního řidiče.

2.2 Možnosti propojení práce a cestování ženy Y

Práce v životě žen nemusí znamenat pouze plnění ekonomické nutnosti. Zároveň může být nástrojem k osamostatnění a finanční nezávislosti. Kromě toho dochází k získání sociálního kapitálu, v podobě navazování pracovních i osobních kontaktů.

*Dnešní situace na poli práce se výrazně liší od dob minulých. Globalizace, nástup internetu a s tím související akcelerace trhu umožnily vznik zcela nových přístupů k práci, investicím a podnikání.*¹⁸ Spousta profesí je v současnosti možné provozovat přímo z domu nebo na dálku. Práce nemusí znamenat osm či dvanáct hodin strávených v kanceláři, každý den ve stejném stereotypním prostředí.

V současnosti mají ženy několik možností, jak svou vášeň po poznání nových zemí a kultur propojit s prací. Mohou podnikat a provozovat svůj online business na cestách ve stylu *travelpreneura*¹⁹. Existuje spousta oborů, kde je možné se pracovní realizovat na pozici *freelancera*²⁰ a být tak k dispozici na poptávku jednotlivých klientů či firem. Dnes je běžné nechat se dočasně najmout firmami jako specialista v požadovaném odvětví. Nejčastějšími profesemi *freelancera* je pozice konzultanta, grafika, webdesignera, programátora, překladatele nebo projektového manažera.²¹

¹⁷ Co je sdílená ekonomika. Ekonomika online [online]. 2015 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <http://ekonomikaonline.cz>

¹⁸ Moderní kočovníci [online]. [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <http://blog.aktualne.c>

¹⁹ Travelpreneur je jedinec, který provozuje vlastní obchod, který však není omezen místem. Jeho podnik je životaschopný i v době, kdy dotyčný cestuje po světě.

²⁰ Freelancer je nezávislý profesionál, který je pracovní pronajímán firmami.

²¹ VODÁKOVÁ, Alena a Olga VODÁKOVÁ. Rod ženský: kdo jsme, odkud jsme přišly, kam jdeme?. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. s.165 ISBN 80-86429-18-0.

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

2.2.1 Business traveller

Business traveller = obchodní cestující 21. století jsou zastoupeni všemi věkovými kategoriemi, ale největší podíl patří generaci Y. Generace, která dospěla do vymožeností typu on-line cestovních kanceláří, self-bookingů a smartphonů postupně formuje koncepci budoucího cestování.

2.2.1.1 Luxurious traveller

Tito cestující si běžně mohou dopřát cestování v business class. Většina z nich pracuje pro nadnárodní společnosti a peníze pro ně nejsou nedostatkem. Využívají servis luxusních restaurací, a pokud jsou splněny jejich veškeré požadavky, zůstávají loajální cestovním společnostem a hotelům.

2.2.1.2 Busy traveller

Diář popsaný od vrchu dolů. Kategorie lidí, kteří jsou neustále něčím zaměstnáni a stále ve spěchu. Svůj volný čas chtějí využít na maximum, proto si vybírají hotel s fitness centry a bazénem, aby po práci mohli svůj volný čas strávit aktivně. Výběr hotelu se odvíjí od vzdálenosti k letišti a centru, tak aby minimalizovali čas strávený přejížděním z jedné schůzky na druhou.

2.2.2 Bleisure traveller

Jak už napovídá spojení slov *business* a *leisure* v názvu, jedná se o propojení služební cesty se soukromým cestováním ve volném čase. Tato aktivita je nejvíce rozšířená v USA, zejména pro jedince, kteří pracují v odvětví moderních technologií, medicíny a veřejné správy. Vytvořit symbiózu mezi obchodními cestami a soukromým životem je pro cestující obchodníky s velkým množstvím úkolů velice složité. Způsob cestování *Bleisure* poskytuje dotyčným odpočinek, poznání nových měst a kultur po náročném pracovní cestě.²²

²² Už jste slyšeli pojem: Bleisure travel?. Business traveller [online]. 2018 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://www.businessstraveller.cz/>

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Paradoxem je, že generace Y, neboli tzv. *mileniálové*, navzdory rozmachu moderních technologií, při obchodních schůzkách čím dál více upřednostňují osobní kontakt.

2.2.3 Travelpreneur

Jedinec, který provozuje vlastní výnosný obchod, který není omezen na konkrétní místo. Jeho podnik je životaschopný i v době, kdy dotyčný *travelpreneur* cestuje po světě.²³

2.2.4 Digitální nomádství

Pod slovem nomád si lze z historického hlediska představit kočovníka, osobu, která touží svobodně cestovat. Připojením přívlastku digitální, získáváme člověka, který ke své práci využívá technologie moderní doby. Digitální nomádství je regulérní způsob života, při kterém dotyční jedinci pomocí digitálních prostředků pracují na dálku a přitom cestují.²⁴ Tento typ cestovatelek na svých cestách využívá kanály sociálních médií, jako jsou Facebook, Twitter, Instagram aj. Jejich úkolem a zároveň zálibou je spojit se během cest se svými již navázanými online komunitami a prostřednictvím fotek a příspěvků je vtáhnout do svých každodenních cestovatelských příběhů a postupně rozšiřovat počet svých tzv. followerů. Tato cestovatelská skupina si vystačí s ekonomickou třídou. Jejich nutnou potřebou na cestách je bezplatné připojení k wifi.

2.2.4.1 Moderní kočovníci

Tato skupina lidí se dá považovat za skutečné světoběžníky. Jejich kombinace práce a cestování je zcela synchronní. Délka jejich cest se pohybuje v řádu měsíců až let.

²³ Travelpreneur How I started. Layerculture [online]. 2019 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://www.layerculture.com>

²⁴ Kdo je to nomád?. Cestopisec [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.cestopisec.cz>

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

2.2.4.2 Příležitostní nomádi

Jedná se o model, který využívají především lidé ve vedoucích pozicích, podnikatelé, kteří si čas od času odpracují několik hodin ze své prodloužené dovolené na cestách.²⁵

2.2.4.3 Blogování

Psaní blogu spadá do balíčku aktivit *Inbound marketingu* při němž přitahujete pozornost svých potenciálních zákazníků / followerů díky hodnotnému obsahu vašeho blogu.²⁶ Existuje tisíce blogerů, kteří se věnují psaní blogů, avšak blogování ve smyslu psaní článků doplněných svými fotografiemi zdaleka neznamena jasný výdělek. Prochod výdělečného autorského blogu musí být tato činnost spojena s *monetizačním systémem*. Existuje několik způsobů jak *monetizovat* svůj blog, jedním z nich je *Affiliate marketing*, kdy prostřednictvím svého blogu propagujete produkt dané firmy. Zmíněným odkazem (*affiliate linkem*) ve svém příspěvku lákáte na daný produkt. Když na tento link někdo klikne a následně si produkt zakoupí, vy získáváte provizi. Zpráva hodnotného blogu znamená, že propagujete jen produkty, které souvisí s obsahem blogu a nezahlcujete své příspěvky odkazy na všemožné zboží.

Dalším způsobem výdělečného blogu jsou reklamní sítě, jako je např.: *Google Ad-sence*, kdy se zaregistrujete a získaný kód vložíte do záhlaví svých příspěvků. Po té začnou vyskakovat reklamy a při zobrazení či „prokliknutí“, získáváte peníze. Blog však musí mít vysokou návštěvnost.²⁷

Je možné si vydělat peníze i sponzorovanými příspěvky, kdy vám inzerent zaplatí za recenzi na daný produkt či sdílení fotky na Instagramu.

V neposlední řadě je možné si vytvořit vlastní produkt a prostřednictvím svého blogu ho propagovat a následně prodávat.

2.2.4.3.1 Marketing

²⁵ ROSULEK, Martin. *Digitální nomád: cestuj po světě a pracuj odkudkoli*. Praha: Powerprint, [2016]. ISBN 978-80-7568-014-3.

²⁶ 14 typů obsahu, které lidi milují [online]. 2018 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://www.evisions.cz>

²⁷ 3 způsoby jak monetizovat svůj blog. Gallymadness [online]. 2017 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <http://gallymadness.cz>

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Marketing je pro práci na cestách asi nejlepším zdrojem financí. Existuje několik specializací, jak se realizovat v marketingovém odvětví. Tudiž freelance marketéři v oblasti *SEO*²⁸, *PPC*²⁹, Facebook reklamy, strategie pro zpravu sociálních sítí apod.

2.2.4.3.2 Konzultant pro import / export

Jedná se o asistenci při importu či exportu zboží do zahraničí a naopak. Organizace logistiky zboží zahraničních obchodníků na český trh. Ti jedinci, kteří mají zkušenosti v oblasti importu/ exportu své znalosti mohou prodat nejen prostřednictvím konzultací a poradenství, ale také e-knih nebo on-line přednášek.

2.2.4.3.3 Tvorba a prodej digitálních produktů

Nejčastějšími prodejnými digitálními produkty jsou: fotografie, hudba, videa, software, *plugin*³⁰ aj. Z info-produktů je možné distribuovat např. E- knihy a video tutoriály.³¹

²⁸ SEO = Search Engine Optimization – optimalizace pro webové vyhledávače.

²⁹ PPC = metoda affiliate marketingu – platba za kliknutí.

³⁰ Plugin = software, který pracuje jako doplňkový modul jiné aplikace, a tak rozšiřuje její funkčnost.

³¹ ROSULEK, Martin. Digitální nomád: cestuj po světě a pracuj odkudkoli. Praha: Powerprint,[2016]. s. 196. ISBN 978-80-7568-014-3.

3 HISTORICKÝ VÝVOJ CESTOVNÍCH ZAVAZADEL

Od nepaměti bylo lidstvo nuceno se z různých důvodů přemisťovat. Ať už to bylo za účelem obchodních cest, migrace, poutních výprav nebo jen samotnou touhou po dobrodružství a poznání nových světů.

Cestování se především lišilo způsobem dopravy a od daných dopravních prostředků se také odvíjela podoba úschovy a přepravy věcí, které byly pro cestujícího potřebné nebo, které měl v úmyslu někomu předat. Cestovní zavazadla se v průběhu staletí také měnila svými tvary a materiály.

3.1 Dřevěné truhly

Dřevěné truhly se datují do období starověku. Lidé si přirozeně vybavovali svá obydlí položkami, které potřebovali k přežití a právě dřevěná truhla nebo také odkládací boxy se staly nejčastějším nábytkem v domácnosti.

Podoba truhly se postupem času vyvíjela podle využití, z jednoduchého skladovacího boxu, přes truhly na nářadí, na úschovu dek, lodní truhly. Základní konstrukcí truhly je šest dřevěných desek, které tvoří boky, dno a víko truhly. Desky jsou spojeny pomocí hřebíků k sobě a zpevněny železnými pásy.

Cestovní truhly se především lišily od domácích skladovacích truhel tím, že jejich podstavou nebyly dřevěné nožky. Domácí truhly měly obvykle ploché vrchní víko, tak aby mohly zároveň nahradit stůl či židli. Truhly určené k cestování byly často pokryty voskovanou usní, aby se zvýšila jejich odolnost proti povětrnostním vlivům. Zdobení se vyskytovalo ve větší míře na domácích truhlách, truhly určené pro cestování byly náchylné na oděr, a tak se od jejich zdobení ustoupilo.

Masivní dřevěné truhly se užívaly jako standartní přepravní zavazadlo až do konce 19. století. K jejich manipulaci bylo zpravidla potřeba dvou služebníků. Aristokraté ve středověku nakládali své mohutné, více než 100 kilogramů vážící dřevěné truhly na koňské vozy. Chudí rolníci v té době převáželi své věci v látkových rancích.

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Nejčastějším způsobem jak se dostat z bodu a do bodu b byla lodní doprava parníky nebo koňskými dostavníky na souši. Zavazadla tudíž musela být dostatečně těžká a odolná aby odolala nepříznivým vlivům během cest. Kvalitní lodní zavazadla byla vyrobena ze dřeva a kůže a často měla železné těžiště, které zabraňovalo pohybu zavazadla a následnému poškození.



Obr. 4: standardní podoba cestovní truhly s víkem potaženým usní, 15. st.

3.2 Louis Vuitton luggage

Louis Vuitton Malletier, značka založena stejnojmenným Louistem Vuittonem v Paříži roku 1854.

V roce 1858 byl firmou LV představen první model kufru Trianon canvas, který byl vyroben z nepromokavého plátna, které tvořilo kufr lehčím. Veřejnost překvapil svým plochým tvarem spodního i vrchního víka, což bylo odlišné od předešlého zaobleného tvaru vrchního víka zavazadel, tak aby se při transportu na povrchu zavazadla neudržovala voda.

V roce 1886 opatřil Georges Vuitton uzavírání svých zavazadel prvním bezpečnostním zámkovým systémem se dvěma pružnými přezkami. Zámek střežil přepravované cennosti uživatelům z vyšších vrstev.

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Roku 1896 Vuitton uvádí řadu *Monogram canvas* se svými produkty s monogramem značky, který odráží trend orientálního designu pozdní viktoriánské éry. Tento ikonický potah s monogramy LV ve spojení se symbolem květu a čtyřlístku, značka používá dodnes.



Obr. 5: LV Monogram canvas truhla, 1896

Zásadní vynález však představuje později, v roce 1901, tašku s názvem *Steamer bag*. Právě tento typ tašky byl díky své oblíbenosti předchůdcem dnešních kabelek. Paradoxem je, že její původní užití byla taška na špinavé prádlo, která se vkládala do velkých cestovních kufrů.³²

3.3 Samsonite

V roce 1910 bratři Shwayderové zakládají značku *Samsonite*, která měla sídlo v americkém Denveru. Konceptem značky bylo vyrábět kvalitní nadčasové cestovní kufry pro v té době ještě úzkou klientelu zákazníků vyšší vrstvy.

³² SCHAFFER, Jane a Sue SAUNDERS. Fashion design course: accessories : [design practice and processes for creating hats, bags, shoes, and other fashion accessories]. Hauppauge, NY: Barron's, 2012. s. 82. ISBN 0764147544.

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Bratři Shawyderové dokázali ustát hospodářskou krizi a od třicátých let 20. století si značka udržovala statut výrobce nejmodernějších zavazadel.³³

V roce 1939 byl představen nový model kufru s názvem *Samsonite*, který se stal záhy natolik ikonickým, že vedlo bratry ke strategickému kroku, pojmenovat značku právě podle tehdejšího *signature product*. Původní podoba kufru měla klasický obdelníkový tvar s pevným vláknitým základem, který byl po hranách kufru olemovaný usní.



Obr. 6: kufr Samsonite, dřevěný rám – imitace usně, 1941

Snad ještě populárnějším kouskem této značky bylo představení kolekce *Ultralite* v roce 1956. Došlo doslova k průlomů v zavazadlovém průmyslu, když byla tradiční dřevěná konstrukce kufru tzv. rám, vyměněna za konstrukci z hořčíku a vstříkovaných plastů.³⁴

3.4 Rimowa

Historie značky Rimowa se datuje do roku 1898 v Kolíně nad Rýnem, kdy Paul Morzeck zahájil svou činnost v oblasti výroby a prodeje zavazadel. První modely kufrů pod značkou Rimowa měly dřevěnou kostru, která uživatelům slibovala jeho stabilitu

³³ Luggageonline: history of the Samsonite brand [online]. [cit. 2019-04-24]. Dostupné z: <https://www.luggageonline.com/blog>

³⁴ Samsonite: our story [online]. [cit. 2019-04-24]. Dostupné z: <https://www.samsonite.cz>

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

a lehkost. Kufr s dřevěným jádrem však jednoznačně předčil jejich Morszeckův hliníkový kufr. Ten byl inspirovaný průlomovým vynálezem prvního celokovového soukromého letounu Junkers F13.

V roce 1937 byl představen první hliníkový kufr značky Rimowa. Výrobce se nechal inspirovat nejen inovativním materiálem letounu, ale zároveň i jeho výrazným designem, kdy v padesátých letech, získaly produkty značky Rimowa, své ikonické drážky.

35



Obr. 7 : Rimowa – hliníkový kufr, 1968

Z vývoje značky je zřejmé, že se vždy snažila specializovat na bytelnost zavazadla a ochranu předmětů uschovaných uvnitř. Toto pomyslné moto ještě více ztvdila představením kolekce zavazadel, které byly v roce 2000, jako první vyrobeny z polykarbonátu. Tento materiál, který se také využívá při výrobě neprůstřelného skla, je zárukou odolnosti a kvality, za kterou obdržela Rimowa od německé inspekční organizace dvě známky kvality.

S příchodem digitalizace přichází značka s integrovaným modulem uvnitř kufru, který umožňuje rychlou kontrolu zavazadla na dálku a zároveň tak nahrazuje klasický papírový štítek s údaji majitele.³⁶

³⁵ The history of Rimowa's iconic aluminium suitcase [online]. [cit. 2019-04-24]. Dostupné z: <https://www.lifestyleasia.com>

³⁶ Rimowa / German luggage for the ages [online]. [cit. 2019-04-24]. Dostupné z: <https://www.acontinuouslean.com>

3.5 Cavalet

Společnost Cavalet byla založena v roce 1945 dvěma mladými podnikateli ve švédském Soborgu. Willy Olsen a Carlo Hjort se rozhodli odstartovat své podnikání v době rozmachu letecké dopravy. Poválečné období přineslo modernizaci cestování obecně. Doba kdy se vyšší vrstva vydávala na výletní plavby parníkem, se rychle stala minulostí. Společně se způsobem cestování vymizel i tzv. lodní kufr, jehož přepravu mělo na cestách na starost služebnictvo.

Díky inovativnímu designu a funkčním lehkým materiálům se stala firma Cavalet jedním z největších výrobců cestovních zavazadel na evropském trhu. Firma vyvážela své produkty především do Německa, Velké Británie, Belgie. Firma postupně rozšiřovala sortiment svých produktů. Charakteristickým produktem firmy se stal kufr s konstrukcí z hliníkového rámu.³⁷



Obr. 8: Cavalet atache kufry potažené usní, 20. st.

³⁷ The history of Cavalet. Cavalet [online]. [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://www.cavalet.se>

3.6 Kufř na kolečkách

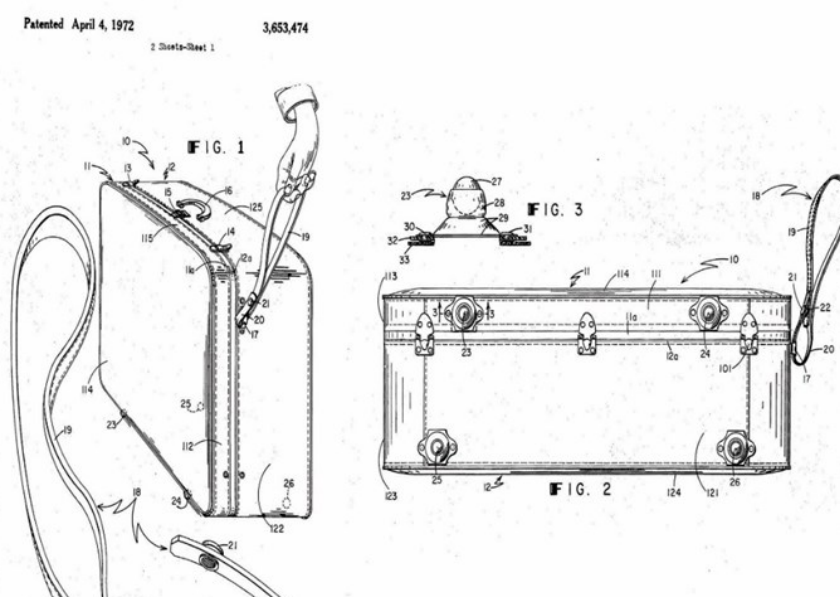
Cestování leteckou dopravou nebylo vždy tak komfortní, jako jej známe dnes. Do šedesátých let 20. století byli cestující nuceni nosit svá těžká cestovní zavazadla, jelikož měla pouze boční rukojeť. O první patent na kufr s kolečky si zažádal Theopilus Hokkanen v roce 1921. Nedostalo se mu však velké slávy.

Později na sebe strhl pozornost první komerční design kufru s názvem Portable Porter Rol-y-case představený ve Velké Británii v roce 1963.

3.6.1 Bernard Sadow

Bernard D. Sadow, který byl v té době zaměstnancem firmy U. S. Luggage na výrobu zavazadel, dostal při své cestě z dovolené v Arubě průlomový nápad. Při nesnadné manipulaci se svými těžkými zavazadly, ho při pohledu na pracovníka letištní haly, jak pohybuje stroji pomocí kolové platformy, napadlo, že připevněním koleček na spodní část kufru, by manipulaci s ním mohlo značně usnadnit. Spodní část kufru opatřil čtyřmi kolečky a doplnil jej flexibilním páskem. Kufr tak na zemi seděl horizontálně a použití flexibilního pásku připomínalo venčení psa na vodítku.

Po dlouhodobém snažení prodat svůj vynález se mu nakonec dostalo úspěchu, když zaujal svým nápadem vícepresidenta luxusních obchodů firmy Macy's, který následně objednal první várku. V říjnu 1970 prodal svůj první kufr na kolečkách.



Obr. 9: Bernard Sadow, kufr se čtyřmi kolečky

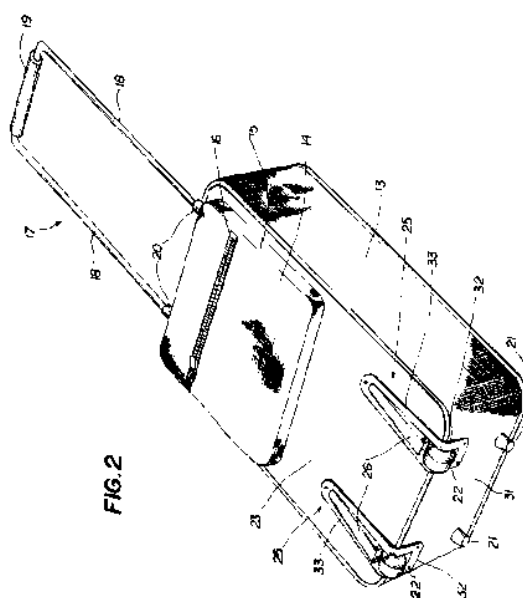
UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

3.6.2 Robert Plath - Rollaboard

Jako pilot pro leteckou společnost Northwest Airlines byl Robert Plath téměř pořád na cestách a s ním i jeho nutné potřeby. Rozhodl se tak uzpůsobit své cestovní zavazadlo na co nejpraktičtější verzi. Ve své garáži ke svému kufříku přimontoval vrchní teleskopickou rukojeť a ke dnu zadní strany kufru dvě malá kolečka. Vertikální orientace kufru zcela změnila způsob manipulace se zavazadlem. Svůj revoluční nápad představil kolegům, kteří mu následně vyjádřili své nadšení a zájem o jeho nápaditý vynález. Založil společnost Travelpro a roku 1989 si nechal svůj inovativní design patentovat. Jeho design si získal velkou oblibu mezi jeho leteckými kolegy i běžnými pasažéry.

Tehdejší trend in-line bruslení přineslo kufru Rollaboard inovaci, kdy kolečka z in-line bruslí vyměnila ta původní. Kufr tak docílil ještě snadnější ovladatelnosti a s vysoce kvalitními kolečky není problém s manipulací na nerovných površích.

Různé podoby tohoto typu zavazadla dnes nechybí v nabídce žádného prodejce cestovních zavazadel.³⁸



Obr. 10: The Rollaboard, patent Roberta Platha 1989

³⁸ How the Rollaboard suitcase changed travel forever. Cntraveler [online]. 2017 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://www.cntraveler.com>

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

3.6.2.1 *Airline baggage rules*

První omezení, které se týkalo váhy příručního zavazadla při cestování leteckou dopravou, zavedla roku 1938 rada *the Civil Aeronautics Board*. Pro vnitrostátní lety bylo cestovní zavazadlo limitováno vahou 18 kg, pro lety mezinárodní muselo zavazadlo splňovat váhu do 20 kg.

Postupem času se konstrukce dopravních letounů zvětšovala a tak i prostor v letadlech umožňoval povolení vyšší váhy cestovních zavazadel.

V roce 1977 letecká asociace povolila svým pasažérům přepravovat 2 libovolná zavazadla do váhy 32 kg, a to bez poplatků.

1981 přichází zpoplatnění nápojů na palubě letadla a poplatek 3\$ za všechny kontrolované zavazadla dnes už zaniklé letecké společnosti *Peopleexpress* Jednalo se o první zpoplatnění zavazadel při vnitrostátních letech bez ohledu na váze zavazadla.³⁹

3.6.2.1.1 TSA – Transportation Security Administration

TSA je bezpečnostní systém, který byl reakcí na teroristické útoky 11. září 2001, pro zvýšení bezpečnosti přepravních terminálů.⁴⁰ Pomocí TSA systému, je v letecké dopravě, každé zavazadlo kontrolováno. Při letištní kontrole prochází každé zavazadlo skenovacími zařízeními, při čemž v některých případech tato kontrola není dostatečná, a tak je bezpečnostní pracovník nucen zavazadlo manuálně otevřít a prohlédnout. Tento proces může zahrnovat přeštipnutí či vypáčení zámku. V těchto případech je TSA zámkem řešením, jelikož TSA zmocněnci vlastní univerzální klíč, kterým je možné zavazadlo otevřít a zkontrolovat bez poškození.

Zavazadlo, které je opatřeno TSA zámkem, který je označen červeným diamantem, má většinou dva jezdcy zipu, které jsou fixované zámkem, a je tak nemožné zavazadlo jednoduše otevřít. Pro rozepnutí zavazadla je potřebné znát trojmístný kód, který si majitel zavazadla může sám nastavit.⁴¹

³⁹ History of Airline baggage. Travelandleisure [online]. 2010 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://www.travelandleisure.com>

⁴⁰ Travelite: TSA zámky [online]. [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://travelite.cz>

⁴¹ Titankufry: TSA zámky [online]. [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://www.titankufry.cz>

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

3.6.2.2 Příruční zavazadlo / carry-on luggage

Termín příruční neboli kabinové zavazadlo, označuje typ zavazadla, které mohou cestující přepravovat v prostoru pro cestující, namísto jeho úschovy v zavazadlovém prostoru. Pro tato zavazadla je obvykle určený limitovaný prostor nad hlavou cestujícího, ve stropních skříních nebo pod sedadly.

Výhodou menších příručních zavazadel je především lehká manipulace a vyloučení případného rizika jejich ztráty. V případě letecké přepravy, absencí velkého cestovního zavazadla, je možné ušetřit čas, strávený při jeho odbavování.

Rozměry kabinového zavazadla u leteckých společností se pohybují okolo 56 cm délky, 45 cm šířky, 25 cm hloubky zavazadla. Drtivá většina leteckých společností udává váhový limit kabinového zavazadla do osmi maximálně desíti kilogramů.

Palubní zavazadlo může mít podobu malého cestovního kufříku s kolečky, tašky či batohu.

3.7 Smart luggage

Jedná se o zavazadlo, které kromě základní funkce - uschování přepravovaných věcí, může nabízet škálu funkcí, zprostředkovaných moderními technologiemi. Tyto kufříky mohou obsahovat nabíjecí porty USB, pro nabíjení přenosných bezdrátových zařízení, jako je např. mobilní telefon nebo tablet. Některá z nich dokonce zahrnují bezpečnostní elektronické zámky, které se odemknou pouze pomocí aplikace nebo otisku prstu. Jednou z dalších vymožeností chytrého zavazadla je lokátor GPS, který umožňuje sledování polohy vašeho zavazadla. Dalším praktickým prvkem je integrovaná digitální váha, která uživateli sdělí aktuální váhu zavazadla před odbavením.

Chytrá zavazadla jsou napájena lithium-iontovými bateriemi, u kterých hrozí riziko požáru. Proto letecké asociace doporučují před odbavením baterii ze zavazadla vyjmout a přepravovat ji v příručním zavazadle na palubě letadla.

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

3.7.1 Horizn studios

Mladá berlínská značka cestovních zavazadel Horizn studios, kterou v roce 2015 založili podnikatelé Stefan Holwe a Jan Roosen je zaměřena cestovatelskou generaci mileniálů, kteří vnímají digitální technologie jako běžnou součást svých životů. Jejich tým designérů a inženýrů vyvíjí inovativní cestovní produkty pro digitální věk.

Pojízdné kufry jsou vyrobeny z tvrdé polykarbonátové skořepiny, jsou opatřeny TSA zámkem a obsahují jednoduše odnímatelnou nabíječku na elektronická zařízení, která je schválená všemi aerolinkami do kabinového prostoru. Značka se vyznačuje minimalistickým designem, který souzní s moderními technologiemi, které jsou chytře integrované přímo uvnitř cestovních zavazadlech.⁴²



Obr. 11: Horizn studios cestovní kufry, 2018

⁴² Horizn studios: brand [online]. [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://horizn-studios.com/en/brand/>

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 KONCEPT KOLEKCE WAYS

Konceptem mé autorské kolekce je vytvoření dámského cestovního setu s příslušnými doplňky pro cílovou skupinu žen generace Y.

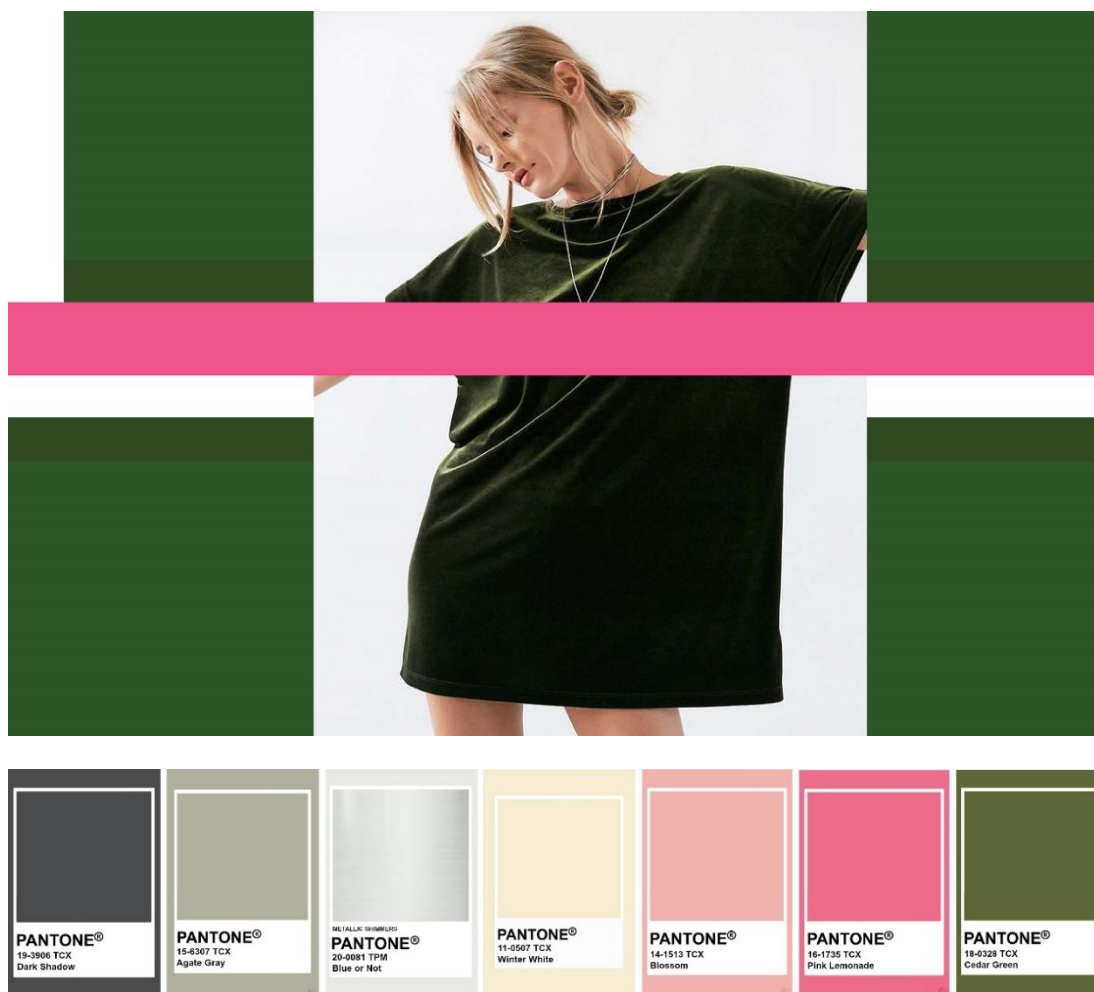
Většina modelů vychází z obdélníkového základu. Který se v kolekci objevuje v minimalistických stříhových modifikacích. Kolekce se vyznačuje velkými formami a důraz je kladen na vzájemnou proměnlivost tvarů, díky vlastnostem neoprenového materiálu. Tyto vlastnosti jsem se ve velké míře snažila u produktů podpořit. Zároveň jsem se snažila tento původem sportovní materiál transformovat do elegantnější podoby, výrazným lemováním okrajů.

4.1 Moodboard



Obr. 12: Moodboard

4.2 Barevnost



Obr. 13: barevnost kolekce

Kolekci dominuje šedá a olivově zelená barva. Výběr těchto dvou do jisté míry univerzálních barev, v decentní míře spojuje sytě růžová barva na funkčních zdrhovadlech. Olivově či pro někoho khaki zelená mi zároveň evokuje barvu ošacení dobrodružné cestovatelky, hrdinky z dob minulých a vlastně i barvy outdoorového oblečení dob současných. Svým způsobem je určité dobrodružství a poznání skryto i za mou kolekcí, jen se nebudeme o džungli, ale o městském prostředí.



Obr 14. : transformace dobrodružné ženy do městského prostředí

4.3 Materiál

Neopren je názvem pro pružný chloroprenový kaučuk, který je specifický svou pěnovou strukturou, která je tvořena vzduchovými bublinkami uvnitř materiálu. Díky pěnové struktuře má neopren výborné termoizolační vlastnosti. Pěnová vrstva je z rubu i z líce potažena nylonovou tkaninou. Materiál má tloušťku 3 mm.

Neopren vnímám primárně jako funkční sportovní materiál, který má v praxi spoustu využití. Nejčastěji je využíván pro výrobu sportovních obleků pro surfing, plavání nebo potápění.

Rozhodnutím pracovat s tímto materiálem při výrobě zavazadel a přídatných doplňků jsem si vyzkoušela zcela nové postupy. Při výrazné tloušťce materiálu a jeho pružnosti bylo nutné si ujasnit, kde jeho specifické vlastnosti podpořit a kde je naopak potlačit. Při konstrukci menších produktů, jako je kosmetické pouzdro nebo pouzdro na laptop nebylo třeba pružnost materiálu fixovat. Neopren je v tomto případě opatřen jen podšívkou. Avšak při výrobě větších produktů, jako jsou kufr, batoh nebo příruční taška, bylo třeba minimálně vyztužit dno pomocí nažehlovací výztuže. U batohu bylo nutné vyztužit i záda, kufr je zpevněn téměř ve všech dílech kartonovou výztuží.

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Produkty jsou ve velké míře sešity líc k líci, hřbetovým švem. Okraje jsou zdobně zapraveny francouzskou lemovkou z keprového pásku.

V kolekci je neoprenový materiál funkčně doplněn polyesterovými popruhy v monochromatických odstínech, které jsou ve většině případů spojeny s kovovými poniklovanými vsuvkami. Atlasová podšívka se vzorem v kombinaci modré, starorůžové a béžové barvy rozbíjí jednoduitost neoprenových ploch. Spirálové zdrhovadlo v kontrastní růžové barvě zastává u produktů jak funkční tak estetický prvek.



Obr. 15: vzorník materiálů

5 REALIZACE KOLEKCE WAYS

Před samotnou realizací kolekce, bylo nutné si určit skladbu produktů, které bude kolekce obsahovat, tzv. produktovou linii. Ta se odvíjela od cílové skupiny - generace Y.

Záměrem bylo vytvořit minimalistický set základních zavazadel a příslušenství pro *Bleisure* cestovatelku, která je zvyklá absolvovat kratší pracovní cesty s vyhraněným časem na volnočasové aktivity.

Jelikož se tato skupina cestovatelek nejčastěji přemísťuje leteckou dopravou, která jim šetří čas a poskytuje určitý komfort, stěžejním produktem kolekce je kabinové zavazadlo. Kabinové zavazadlo je v tomto případě pojízdný dvoukolový kufr, ve kterém je jeho uživatelka schopna přepravit položky, potřebné pro svou krátkodobou cestu.

Dalším produktem je menší příruční taška, ve které může mít cestovatelka své cennější položky, společně s kosmetickými potřebami uloženými v prostorném pouzdře. Příruční taška, která je vyrobena z neoprenu, stejně jako další produkty má schopnost se tvarem přizpůsobit svému obsahu a zároveň je velice skladná.

Při svých volnočasových aktivitách, ale klidně i při práci, může tašku vyměnit za městský stylový batoh, který má integrovanou kapsu na laptop, a tu logicky doplňuje pouzdro na laptop, které je pro mileniálku nezbytnou záležitostí na cesty.

Poznávání nových míst v krátkém limitovaném čase může být hektičtější, a proto žena ocení volnočasovou sneakers obuv s ortopedickou vložkou v monochromatických tónech šedé barvy nebo zářivější růžové variantě.

Přezůvky, které jsou skladné a pratelné může cestovatelka vozit s sebou na cesty, a dopřát si tak večer na hotelovém pokoji určitý pocit domácího komfortu. Navíc tak nespotřebuje hotelové přezůvky na jedno použití.



Obr. 16: produktová linie kolekce

5.1 Logo

Logo objevující se v podobě stříbrných štítků přirozeně vychází z názvu kolekce - Ways neboli Cesty.

Ways je slovem nadřazeným nad celou problematikou probíranou v mé diplomové práci, která se zabývá ženou, jejími přístupy k životu, k cestování, seberealizaci.

Cesty jsou názvem v rodě ženském, výrazně protažené Y poukazuje na generaci Y, pro kterou je kolekce určena, zároveň symbolizuje jakýsi směr cesty, která je zakončena slovy was a saw, v překladu byla a viděla, která jsou obě tvořena vypuštěním písmene Y, pomyslnou cestou tam a zpátky.

Původně jsem chtěla nápis pouze gravírovat, tak aby prodloužené Y mohlo symbolizovat otevřené cesty, svobodu, vlastní volbu.

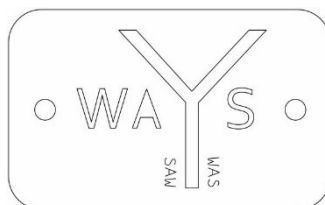
Štítky na zavazadla jsem původně zamýšlela vyřezat z plexiskla, které mělo na svém povrchu nalepenou holografickou folii. Výsledný efekt však nebyl uspokojivý, jeli-

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

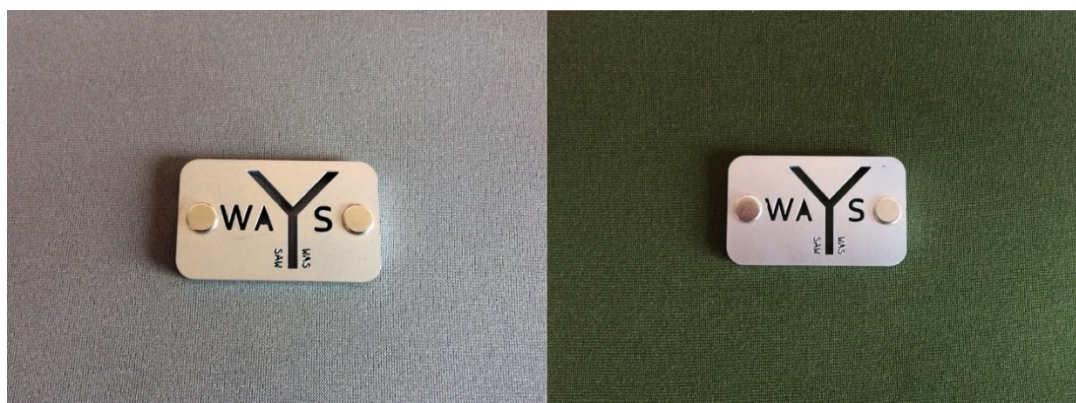
kož se folie na plexiskle páčila, zanechávala tak na povrchu nevzhledné skvrny. Zvolila jsem proto alternativní řešení, vyřezání štítků z čistého plexiskla, na které jsem později aplikovala stříbrný lak, tak aby ladily s poniklovanými komponenty.



Obr. 17: Logo kolekce užívané na Instagramu



Obr. 18 : finální podoba štítku připravená na laser



Obr. 19 : finální aplikace loga

5.2 Cabin luggage



Obr. 20: návrh Cabin luggage

Největší výzvou při tvorbě kolekce pro mě byl kabinový kufr na dvou pojízdných kolečkách. Prvotní ideou, bylo si cestovní kufr navrhnout, kontaktovat výrobce a společnými silami tuto ideu dovést do konce. Z průzkumu výrobců pojízdných zavazadel v České republice se mi podařilo natrefit na firmu Techgal spol. s r. o., se sídlem v Přerově. Která se svým sortimentem jako jediná přiblížila mé představě. Ve firmě Techgal se primárně zaměřují na výrobu kufrů a tašek pro akordeony a další hudební nástroje. Dále se specializují na výrobu zdravotnických záchranářských batohů, kufrů na brýlové obruby aj.

Kontaktovala jsem jednatele firmy pana Ing. Příkopu s požadavkem na výrobu či případnou spolupráci při výrobě kufru a on mou žádost přijal. Při prvním setkáním jsem mu představila můj návrh s otázkou, zda by bylo možné realizaci kufru s jejich pomocí provést. Čekala mě poněkud skeptická odpověď s tím, že cestovní kufry nevyrobí a jedinou možností je přetvoření jejich kufru na akordeon.

Nevzdala jsem to a věnovala jsem čas na redesign akordeonového kufru. Bohužel podle jeho slov by přetvoření tohoto kufru bylo složité a nákladné a výsledný produkt

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

by nevypadal podle mých představ. Proto jsem se rozhodla si od firmy alespoň odkoupit potřebné komponenty a projekt realizovat sama.

Věděla jsem, že se nemůžu rovnat výrobcům cestovních zavazadel, to nebylo ani mým záměrem. Jednoduše, chtěla jsem ve své kolekci mít cestovní kufr, tak jsem si ho musela vyrobit sama.

Kufr je stejně jako většina produktů mé kolekce vyroben z neoprenu. Jeho šířka je 39 cm, díky dané délce lišty s dvěma kolečky. Výška kufru je 48 cm a hloubka 20 cm, tak aby kabinový kufr splňoval rozměry požadované leteckými společnostmi.

Záda, dno a vrchní díl kufru jsou zpevněny kartonovou výztuhou, na které jsou zároveň připevněny šrouby se zákusnými maticemi, které spojují lištu s kolečky, nožky a výsuvnou trolley se základnou kufru. Jak už bylo zmíněno, vnější schránka kufru je ušita z neoprenu a dílce jsou po obvodu olemovány keprovým proužkem. Boky kufru nejsou záměrně vyztuženy kartonem, pro možnost jejich sklopení při úschově kufru.

Kufr se zapíná po jeho obvodu zdrhovadlem, přední víko se otevírá směrem dolů. Přední víko je opatřeno ozdobnou kapsou, jejíž součástí je otevřená a uzavíratelná kapsa na drobné předměty. Víko má z vnitřní strany v podšívce kapsu na spodní prádlo nebo drobnější potřeby. Vzorovaná luxusní podšívka je našita na vnitřní zdrhovadlo kufru, které je současně našito na vnější zdrhovadlo. Ve vnitřním prostoru určeném na uložení přepravovaných věcí jsou vsíté gummy s kovovým zapínáním pro zabezpečení věcí.



Obr. 21: komponenty a materiál pro zhotovení kabinového kufříku



Obr. 22: fotografie Cabin luggage - vnitřní úložný prostor

5.3 carry-on bag



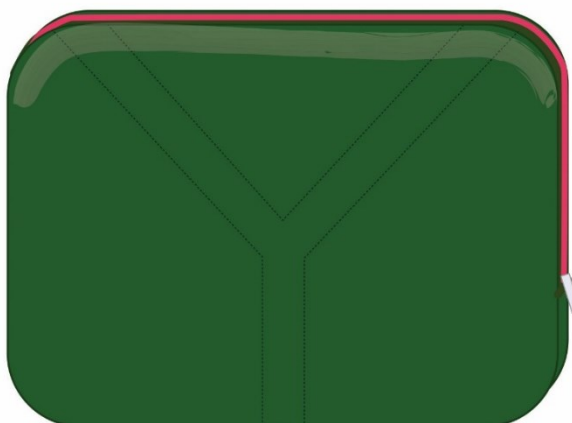
Obr. 23: návrh Carry-on bag

Tento typ tašky může sloužit jako menší příruční zavazadlo do letadla nebo také jako taška do města. Neopren přičítá tašce variabilitu tvaru, která je však usměrňována polyesterovými popruhy, které jsou našity přes hlavní přední a zadní díl. Dno tašky je opatřeno kovovými nýtovými chrániči dna. Zapínáním je spirálové zdrhovadlo.



Obr. 24: fotografie Carry-on bag

5.4 Laptop case



Obr. 25: návrh Laptop case/pouzdro na laptop

Další nezbytnou součástí cestovního setu pro mileniálku je praktické pouzdro na laptop max. velikosti 15,6“. V tomto případě neopren současně slouží jako tlumič nárazu. Pouzdro se zapíná na spirálové zdrhovadlo, které je všité pod okraje lemované keprovým proužkem. Pouzdro je zdobně prošité symbolickým písmenem Y.



Obr. 26: fotografie Laptop case

5.5 Wash bag



Obr. 27: návrh Wash bag

Toto Minimalistické kosmetické pouzdro obdélníkového tvaru s poutkem z polyesterového popruhu, za které je možné pouzdro prakticky zavěsit, je stejně jako další produkty vyrobeno z neoprenu. Zapínání pouzdra je na spirálové zdrhovadlo, které je opatřeno zdobným jezdcem.



Obr. 28: fotografie Wash bag

5.6 Own hotel slippers



Obr. 29: návrh Slippers

Skladné prezúvky sloužící pro vytvoření komfortu při časté změně prostředí. Patří těm nositelkám, které obětují trochu místa ve svém zavazadle, pro tuto pratelnou alternativu, namísto jednorázových hotelových prezúvek.

Stejně jako další produkty této kolekce jsou vyrobeny z neoprenu, který poskytuje chodidlu příjemný pocit při došlapu na jeho měkkou pěnovou vrstvu. Materiál zároveň svou elasticitou umožňuje snadné nazutí.

Minimalistický střih prezúvek je tvořen z jednoho kusu, který svým prodlouženým cípem prochází kovovou oblou vsuvkou ve tvaru obdélníku. Tento poniklovaný komponent, který je na prezúvkách upevněn polyesterovým popruhem, se taktéž objevuje na ostatních výrobcích mé kolekce. Svršek je podšit nenápadnou odlehčenou podešví z EVA.



Obr. 30: fotografie Slippers

5.7 Sneakers - kolaborace s Lenkou Drgovou a výrobní firmou Peon s. r. o.



Obr. 31: Návrhy modelů dámské volnočasové obuvi

Jedním z doplňků cestovní kolekce je dámská volnočasová obuv se sportovním designem. Tento model obuvi vznikl ve spolupráci s oděvní designérkou Lenkou Drgovou, se kterou mě pojí už několikaleté přátelství. Tomuto počínání předcházela vývoj dámské usňové barefoot obuvi, které měly být doplňkem funkčního oblečení na jogu značky Jo.Gaia.

Naše další vzájemná kooperace vznikla právě při formování diplomové kolekce, a to konkrétně při tvorbě dámské obuvi.

Naším záměrem bylo vytvořit dámskou volnočasovou obuv s důrazem na komfort chodidla, která by byla skvělým doplňkem na cesty. Jako materiál byl zvolen neopen, obohacený o autorský potisk z Lenčiny malířské abstraktní tvorby a useň. Chtěly jsme z této kombinace materiálů vytvořit obuv lehkou, pružnou, s integrací sportovních prvků.

Na základě těchto podkladů jsem vytvořila finální návrh dámské obuvi s detailním technickým popisem a společně s Lenkou jsme hledaly vhodného výrobce obuvi, který by nám byl schopen podle návrhu vyrobit prototyp obuvi. Po čase se nám podařilo

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

navázat spolupráci s firmou Peon s. r. o. se sídlem v Litovli. Firma se specifikuje na výrobu obuvi se zvýšeným zdravotním účinkem, s certifikátem ITC, s malosériovou výrobou v České republice a dalších evropských zemích. Základem jejich sortimentu jsou ortopedické vkládací stélky s prvky pro podporu správného držení klenby chodidla.

Po několikaměsíčním vývoji, který spočíval v průběžných konzultacích s výrobcí, kdy se postupně upravoval střih, materiálové složení a jednotlivé detaily obuvi, se podařilo vyrobit finální prototypy. Ty jsou předobrazem finálních modelů obuvi, které se liší barevností materiálů. Jelikož obuv byla vyrobena v Polsku, bohužel se mi nepodařilo obdržet finální modely obuvi včas na produktové focení. Proto byly modely do fotodokumentace nahrazeny alespoň prototypy obuvi. Finální modely obuvi budou co nejdříve dofočeny a následně vystaveny při obhajobě diplomové práce.

5.7.1 Sneakers model č. 1



Obr. 32: návrh modelu obuvi č. 1

První pár dámské volnočasové obuvi je polobotkového střihu. Hlavní díl je zhotoven z neoprenu tloušťky 2 mm, na kterém je aplikován autorský sublimační tisk v podobě mramorové struktury. Derbový díl společně s patou a špicí jsou vykrojeny z šedé lícové hovězínové usně. Výkroj na derbovém dílci z vnitřní i vnější strany umožňuje průchod elastické pružiny s přezkou, jako dekorativním prvkem na vnější straně obuvi. Nártový díl je zpevněn polyesterovým popruhem, který se dále objevuje v patní části obuvi v podobě poutka. Obuv je zhotovena lepeným výrobním způsobem.



Obr. 33: prototyp modelu obuvi č. 1

5.7.2 Sneakers model č. 2



Obr. 34: návrh modelu obuvi č. 2

Druhý pár obuvi se nese v čisté monochromatické barevnosti. Svršek je zhotoven z neoprenového dílce metalické barvy, na němž jsou naloženy usňové dílce vykrojené z šedé lícové hovězí. Derbovým dílcem prochází elastická pružina s přezkou. Spodní část je tvořena monolitní podešví, která je spojena s vrchovým dílcem pomocí lepeného výrobního způsobu.



Obr. 35: prototyp modelu obuvi č. 2

5.8 Backpack



Obr. 36: návrh Backpack

Neoprenový batoh je zajímavý svým stříhovým řešením, které podtrhuje jeho čistý minimalistický design a nechává vyniknout vyvážené barevné kombinaci. Přední díl s výraznou kapsou oble přechází do zadního dílu tak, že z bočního pohledu se vytváří šikmina, která je umocněna kontrastním zipem a obvodovým lemováním.

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Dno i záda jsou vyztuženy. Posunovatelné šle a vrchní madlo tvoří polyesterový popruh. Batoh má integrovanou vnitřní kapsu na laptop a menší kapsu na drobnější položky.



Obr. 37 : fotografie Backpack

ZÁVĚR

Moje diplomová práce se věnovala ženě a její životní strategii, která zahrnuje cestování v různých podobách.

V rámci teoretické části byla tato problematika, ženy, která v životě odmítá tradiční stereotypní roli, rozdělena do několika kapitol, prostřednictvím kterých jsem získala jasnou představu o cílové skupině pro mou autorskou kolekci.

Poslední kapitola teoretické části, při níž jsem mapovala historický vývoj cestovních zavazadel, mi napomohla při sestavování produktové linie kolekce.

Ideu o konkrétní skupině žen, pro níž je kolekce určena, jsem si vytvořila už v průběhu psaní. K potřebám a představě o způsobu bytí mladé ženy generace Y se nebylo těžké dopátrat, i z toho důvodu, že já také spadám do této kategorie.

Potřebovala jsem však tuto představu přenést do vizuální podoby, kdy se mi podařilo vytvořením moodboardu zachytit emoce, náladu, které mi evokují tento životní styl. Z toho také následně vystoupila barevnost kolekce, za kterou je skrytá dobrodružná duše cestovatelky. Tuto kreativní část práce následovala část techničtější, kdy jsem si musela ujasnit produktovou linii kolekce a také její tvarosloví. Celá linie vychází z jednoduchého obdélníkového tvaru, který je v jednotlivých výrobcích stříhově modifikován.

Kolekce má podobu dámského cestovního setu, kdy je její podstatnou částí kabinové zavazadlo, v podobě kufru se dvěma kolečky. Dále městský batoh, ke kterému se pojí pouzdro na laptop a příruční taška, do které je možné uložit kosmetickou taštičku a skladné cestovní přezůvky. Set je doplněn komfortní volnočasovou obuví, která je vytvořena v kolaboraci s oděvní designérkou Lenkou Drgovou a výrobní firmou Peon s. r. o.

Tvorba této kolekce pro mě byla velkou tvůrčí výzvou. Kladla jsem si za cíl vytvořit linii produktů, které budou funkční, ve svém jednoduchém a čistém řešení. Snažila jsem se těžit z mých dosavadních zkušeností, jak ze zahraničních studijních pobytů Erasmus, díky kterým jsem si zamilovala cestování. Právě díky této příležitosti pro mě bylo jednodušší si představit svou cílovou skupinu. Zároveň však i po praktické stránce, kdy jsem měla možnost absolvovat pracovní stáž ve vídeňském studiu designérky Julie Skergeth, která se specializuje na výrobu kabelek a batohů. Z této zkušenosti jsem se

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

snažila vytěžit maximum, práce s neoprenovým materiálem, však pro mě byla zcela nová a tak ve výsledku bylo nejdůležitější se přizpůsobit vlastnostem tohoto materiálu a snažit se v kolekci vyzdvihnout jeho podstatu.

S výslednou podobou kolekce jsem spokojená. Samozřejmě jsem si vědoma, že dalším vývojem by se produkty mohly stát propracovanějšími. Výsledek vnímám jako odrazový můstek pro mou budoucí tvorbu, kdy bych ještě více využila vlastností neoprenového materiálu a mohla bych se ho pokusit zkombinovat s dalšími materiály, pro zvýšení odolnosti produktů.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BENCKENDORFF, Pierre, Gianna MOSCARDO a Donna PENDERGAST. *Tourism and generation Y*. Cambridge, MA: CAB International, 2010. ISBN 9781845936013.
- BERGH, Joeri van den a Mattias BEHRER. *Jak cool značky zůstávají hot: marketing zaměřený na mladou "generaci Y"*. Brno: Bizbooks, 2012. ISBN 978-80-265-0002-5.
- DE BOTTON, Alain. *Umění cestovat*. Zlín: Kniha Zlin, 2010. Tema (Kniha Zlin). ISBN 978-80-87162-92-7.
- LENDEROVÁ, Milena. *Dámská jízda: cestovatelky z českých zemí a jejich obraz Itálie v letech 1782-1936*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2017. ISBN 978-80-7560-095-0.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Třetí žena: neměnnost a proměny ženství*. V českém jazyce vyd. 2. Přeložil Martin POKORNÝ. Praha: Prostor, 2007. s. 238. ISBN 978-80-7260-171-4.
- ROSULEK, Martin. *Digitální nomád: cestuj po světě a pracuj odkudkoli*. Praha: Powerprint,[2016]. ISBN 978-80-7568-014-3.
- SCHAFFER, Jane a Sue SAUNDERS. *Fashion design course: accessories : [design practice and processes for creating hats, bags, shoes, and other fashion accessories]*. Hauppauge, NY: Barron's, 2012. s. 82. ISBN 0764147544.
- SCHMIDT, Eric a Jared COHEN. *Nová doba digitální: Jak se přetváří budoucnost lidí, národů a obchodu = The new digital age*. Tetčice: Impossible, c2014. ISBN 978-80-87673-04-1.
- VODÁKOVÁ, Alena a Olga VODÁKOVÁ. *Rod ženský: kdo jsme, odkud jsme přišly, kam jdeme?*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. s. 273. Sociologické aktuality. ISBN 80-86429-18-0.

SEZNAM WEBOVÝCH ZDROJŮ

Co mají společného mileniálové a generace Z?. *M-journal* [online]. [cit. 2019-01-08].
Dostupné z: <https://www.m-journal.cz>

Je multitasking zlo?. *Medium* [online]. [cit. 2019-01-08]. Dostupné z: <https://medium.com>

Co je sdílená ekonomika. *Ekonomika online* [online]. 2015 [cit. 2019-01-16].
Dostupné z: <http://ekonomikaonline.cz>

Moderní kočovníci [online]. [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <http://blog.aktualne.cz>

Už jste slyšeli pojem: Bleisure travel?. *Business traveller* [online]. 2018 [cit. 2019-01-16].
Dostupné z: <https://www.businessstraveller.cz/>

Travelpreneur How I started. *Layerculture* [online]. 2019 [cit. 2019-01-16].
Dostupné z: <https://www.layerculture.com>

Kdo je to nomád?. *Cestopisec* [online]. 2018 [cit. 2019-01-15].
Dostupné z: <https://www.cestopisec.cz>

14 typů obsahu, které lidi milují [online]. 2018 [cit. 2019-01-16].
Dostupné z: <https://www.evisions.cz>

3 způsoby jak monetizovat svůj blog. *Gallymadness* [online]. 2017 [cit. 2019-01-16].
Dostupné z: <http://gallymadness.cz>

Luggageonline: history of the Samsonite brand [online]. [cit. 2019-04-24].
Dostupné z: <https://www.luggageonline.com/blog>

Samsonite: our story [online]. [cit. 2019-04-24]. Dostupné z: <https://www.samsonite.cz>

The history of Rimowa's iconic aluminium suitcase [online]. [cit. 2019-04-24].
Dostupné z: <https://www.lifestyleasia.com>

Rimowa / German luggage for the ages [online]. [cit. 2019-04-24].
Dostupné z: <https://www.acontinuouslean.com>

The history of Cavalet. *Cavalet* [online]. [cit. 2019-01-16].

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Dostupné z: <https://www.cavalet.se>

How the Rollaboard suitcase changed travel forever. Cntraveler [online]. 2017 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://www.cntraveler.com>

History of Airline baggage. Travelandleisure [online]. 2010 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://www.travelandleisure.com>

Travelite: TSA zámky [online]. [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://travelite.cz>

Titankufry: TSA zámky [online]. [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://www.titan-kufry.cz>

Horizn studios: brand [online]. [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://horizn-studios.com/en/brand/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: inspirační koláž – cestovatelky generace Y

Obr. 2: inspirační koláž – cestovatelky generace X

Obr. 3: inspirační koláž – cestovatelky generace Z

Obr. 4: standartní podoba cestovní truhly s víkem potaženým usní, 15. století

Dostupné z: <https://www.periodoantiques.co.uk/antique-chests-coffers-8/>

Obr. 5: LV Monogram canvas truhla, 1896

Dostupné z: <http://www.lvtrunks.com/history>

Obr. 6: kufr značky Samsonite, potažený dřevěný rám – imitace kůže, 1941

Dostupné z: <https://www.samsonite.co.uk/our-story/history.html>

Obr. 7 : Rimowa – hliníkový kufr, 1968

Dostupné z: <https://www.acontinuouslean.com/2011/03/31/rimowa-german-luggage-for-the-ages/>

Obr. 8: Cavalet atache kufry potažené usní, 20. století

Dostupné z: <https://auctionet.com/en/>

Obr. 9: Bernard Sadow, kufr se čtyřmi kolečky

Dostupné z: <https://www.usluggage.com/about>

Obr. 10: The Rollaboard, patent Roberta Platha 1989

Dostupné z: <https://ordun002.wordpress.com/2015/05/09/the-rollaboard/>

Obr. 11: Horizn studios cestovní kufry, 2018

Dostupné z: <https://www.chipin.com/horizn-studios-cabin-trolley-m-review/>

Obr 12.: moodboard

Obr 13 : barevnost kolekce

Obr. 14: transformace dobrodružné ženy do městského prostředí

Obr. 15: vzorník materiálů

Obr. 16: produktová linie kolekce

Obr. 17: Logo kolekce užívané na Instagramu

Obr 18 : finální podoba štítku připravená na laser

Obr. 19 : finální aplikace loga

Obr. 20: návrh kabinového kufru

Obr. 21 :komponenty a materiál pro zhotovení kabinového kufru

Obr. 22: fotografie kabinového kufru - vnitřní úložný prostor

Obr. 23: návrh Carry-on bag

Obr. 24: fotografie Carry-on bag

Obr. 25: návrh Laptop case

Obr. 26: fotografie Laptop case

Obr. 27: návrh Wash bag

Obr. 28: fotografie Wash bag

Obr. 29: návrh Slippers

Obr. 30: fotografie Slippers

Obr. 31: návrhy dámské volnočasové obuvi

Obr. 32: návrh obuvi č. 1

UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

Obr. 33: prototyp obuvi č. 1

Obr. 34: návrh obuvi č. 2

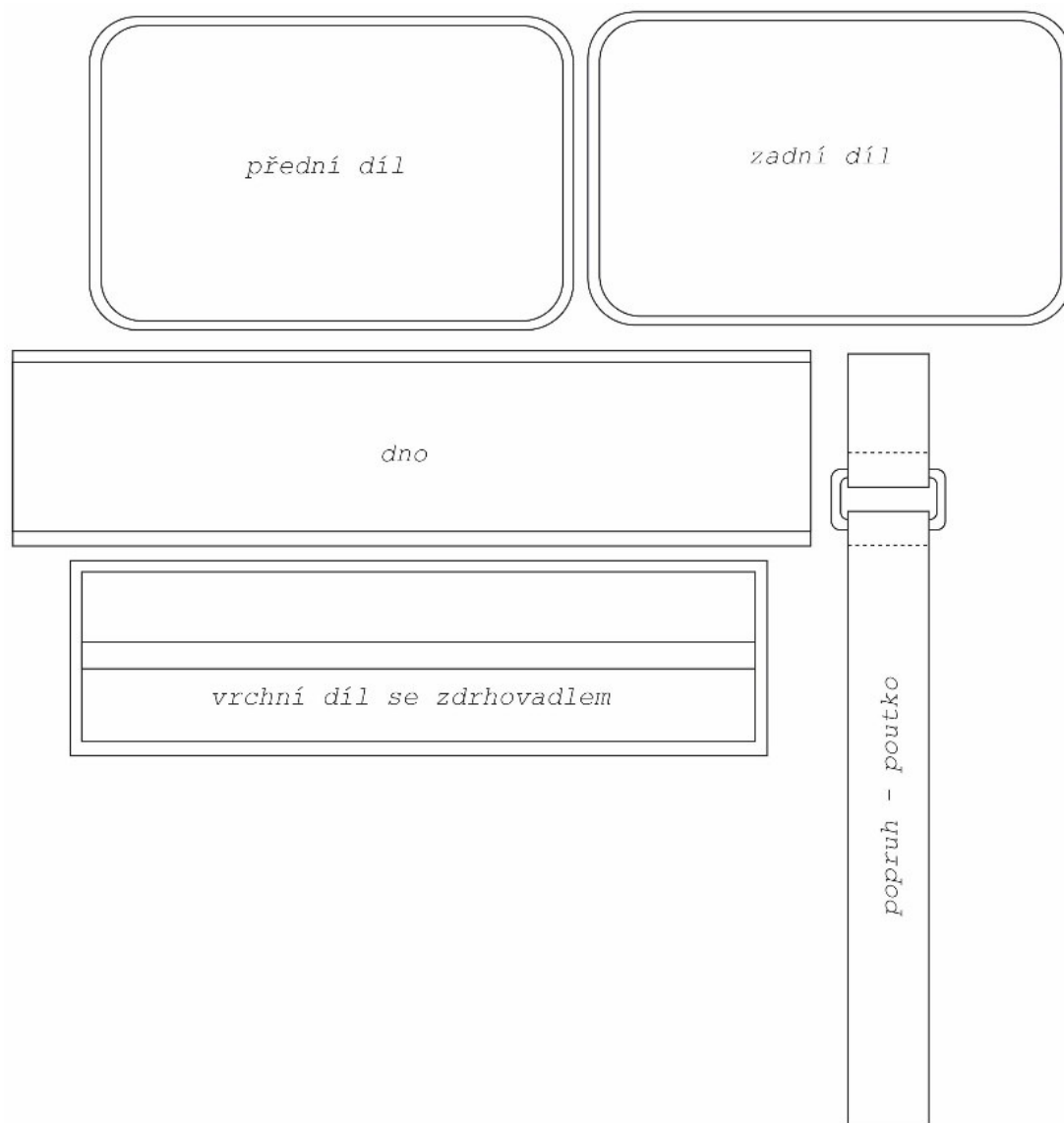
Obr. 35: návrh obuvi č. 2

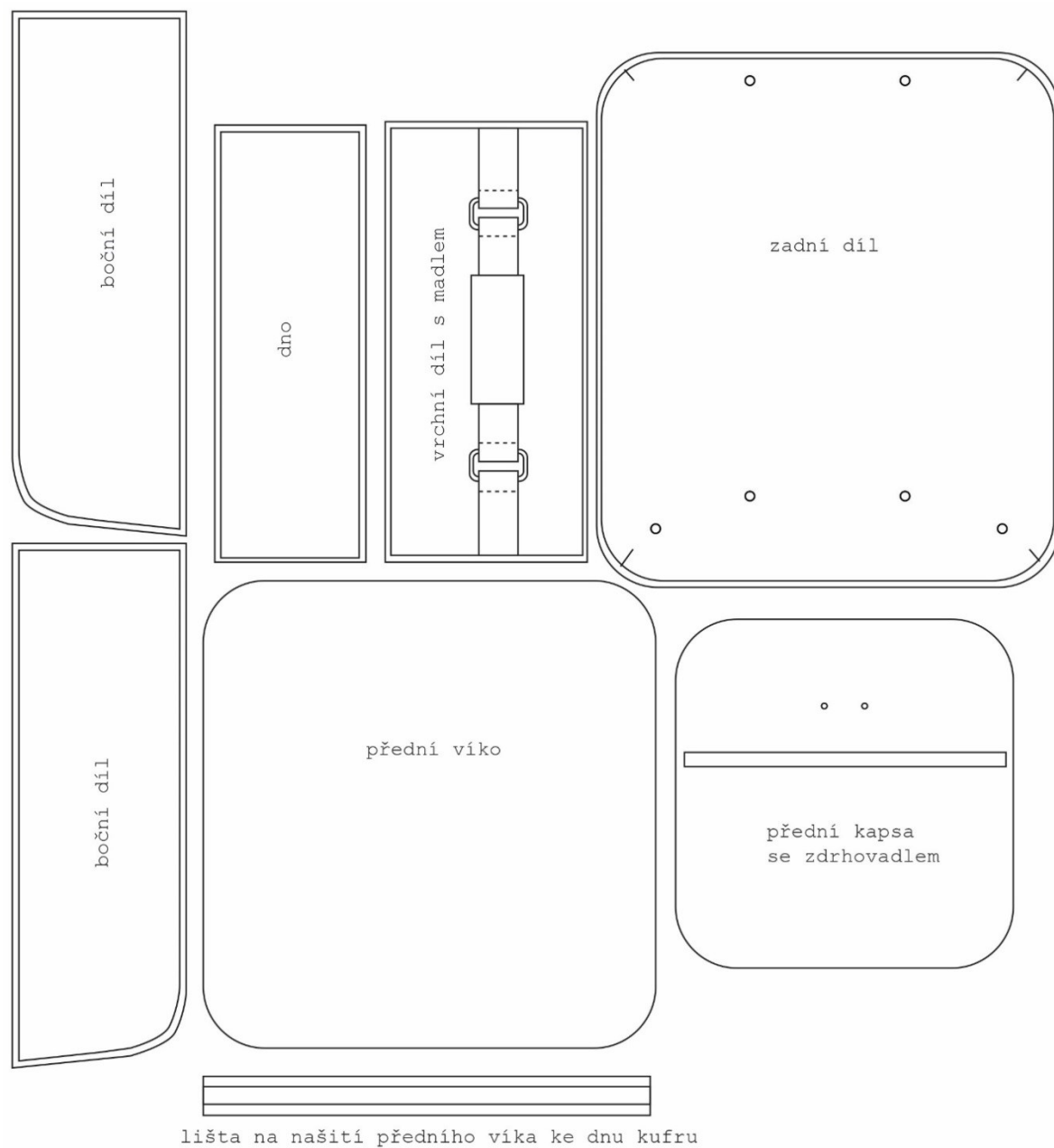
Obr. 36: návrh Backpack

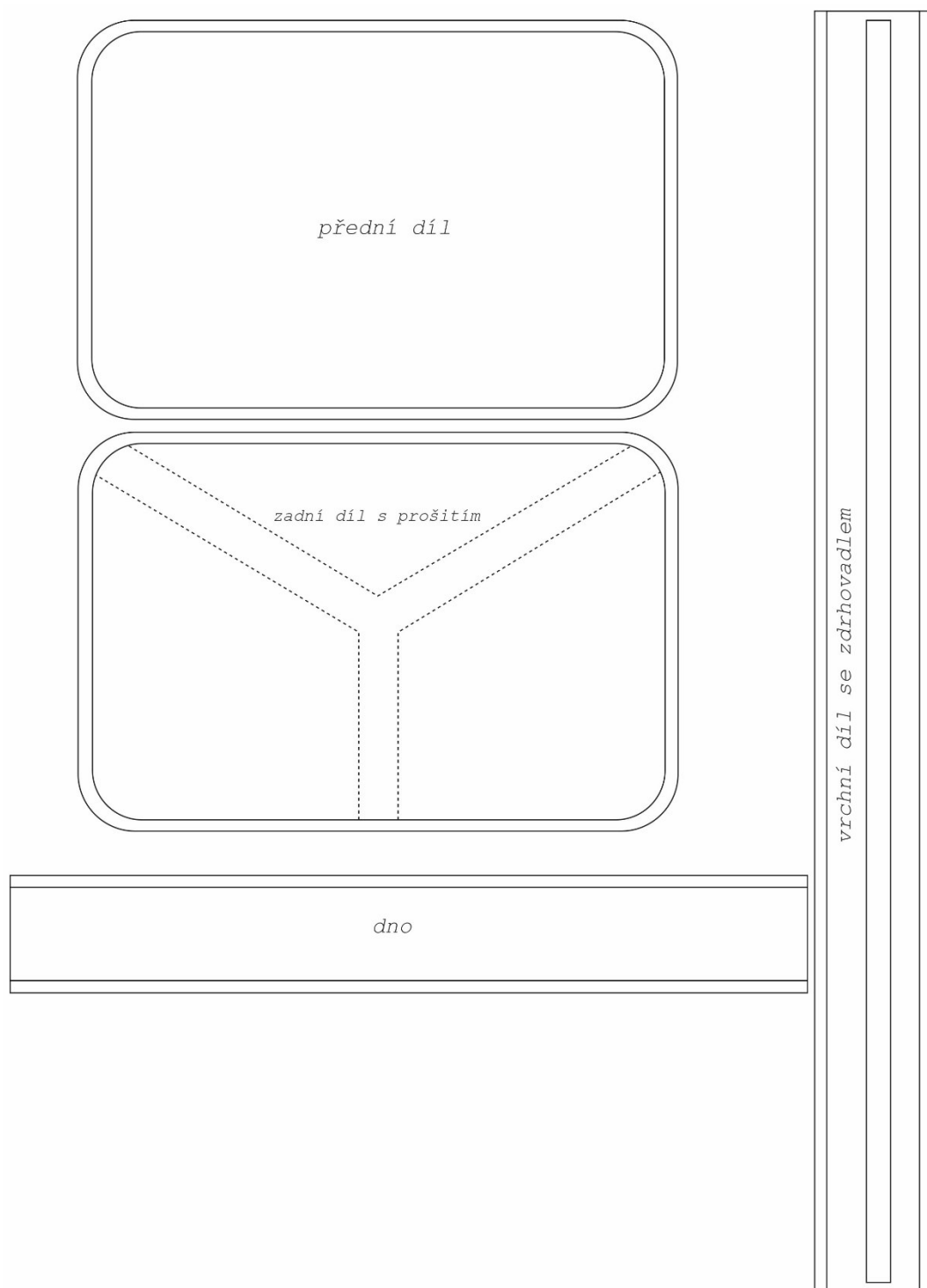
Obr. 37: fotografie Backpack

SEZNAM PŘÍLOH

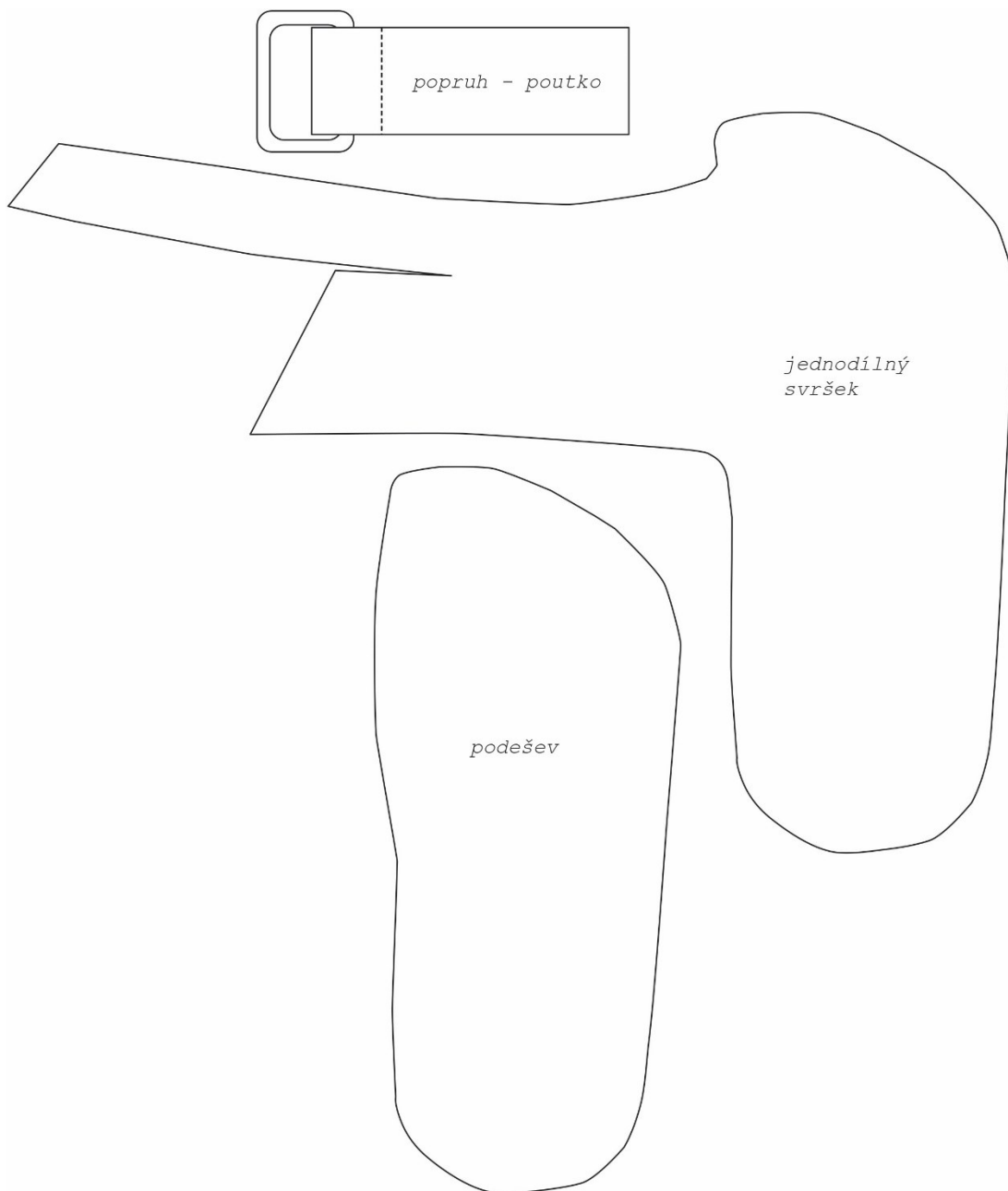
- P1: Šablony produktů
- P2: Technický popis produktů
- P3: Fotodokumentace wash bag
- P4: Fotodokumentace laptop bag
- P5: Fotodokumentace slippers
- P6: Fotodokumentace cabin luggage
- P7: Fotodokumentace backpack
- P8: Fotodokumentace carry-on bag
- P9: Fotodokumentace sneakers model 1
- P10: Fotodokumentace sneakers model 2
- P11: Návrhové řešení sneakers model 1
- P12: Návrhové řešení sneakers model 2

PŘÍLOHA P1: ŠABLONY PRODUKTŮ**Wash bag**

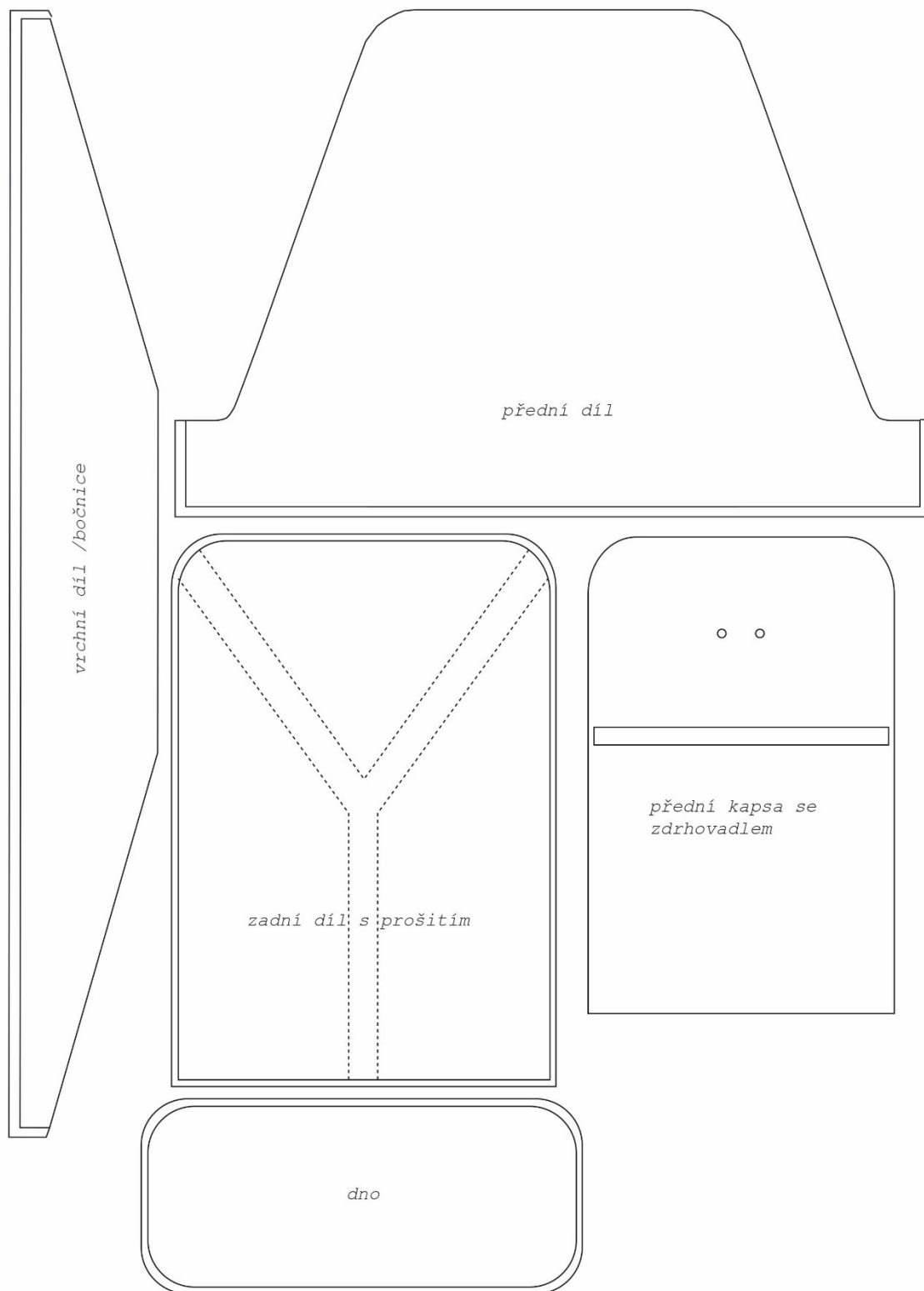
Cabin luggage / kabinové zavazadlo pojízdné na dvou kolečkách

Laptop case

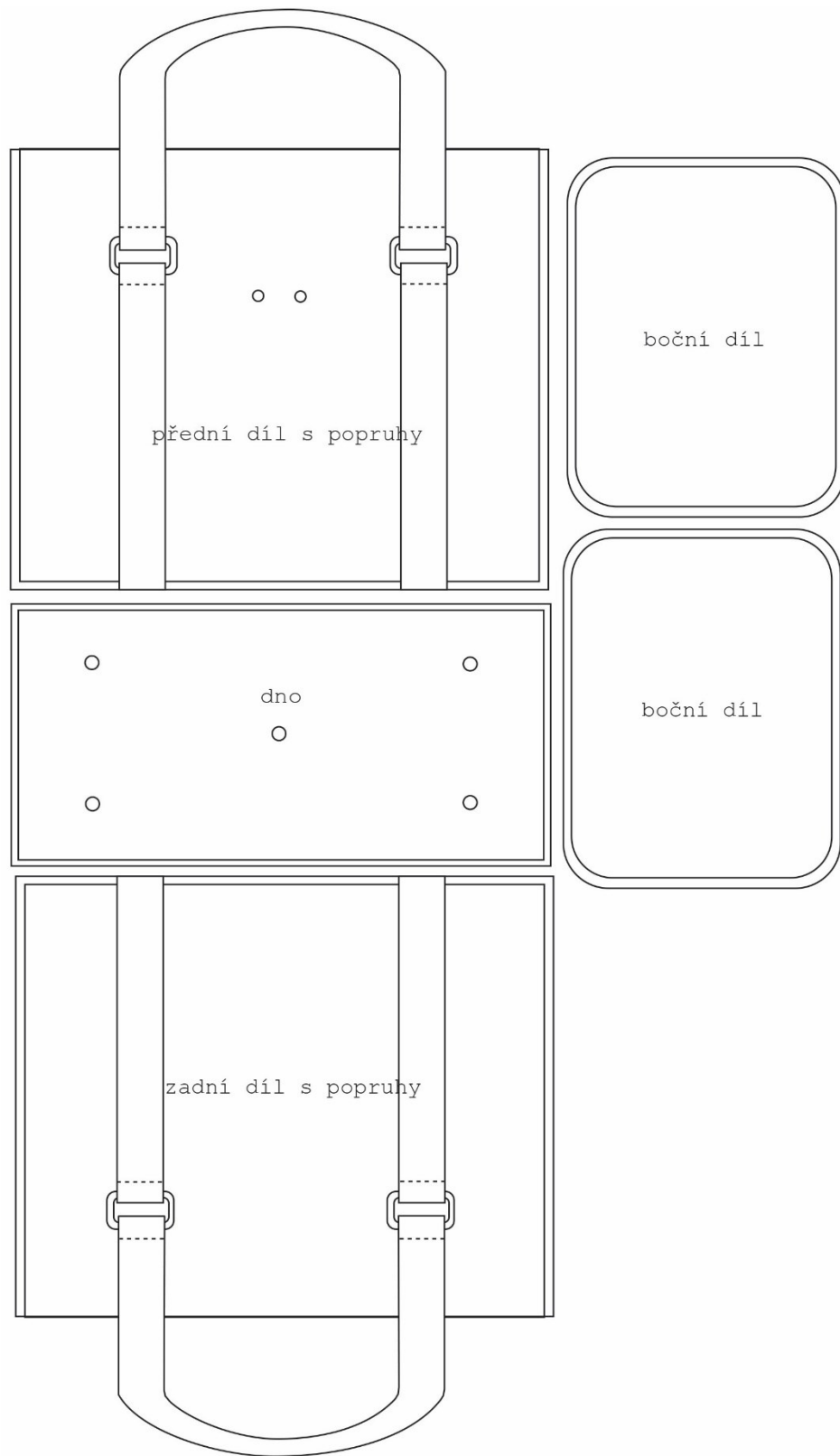
Slippers



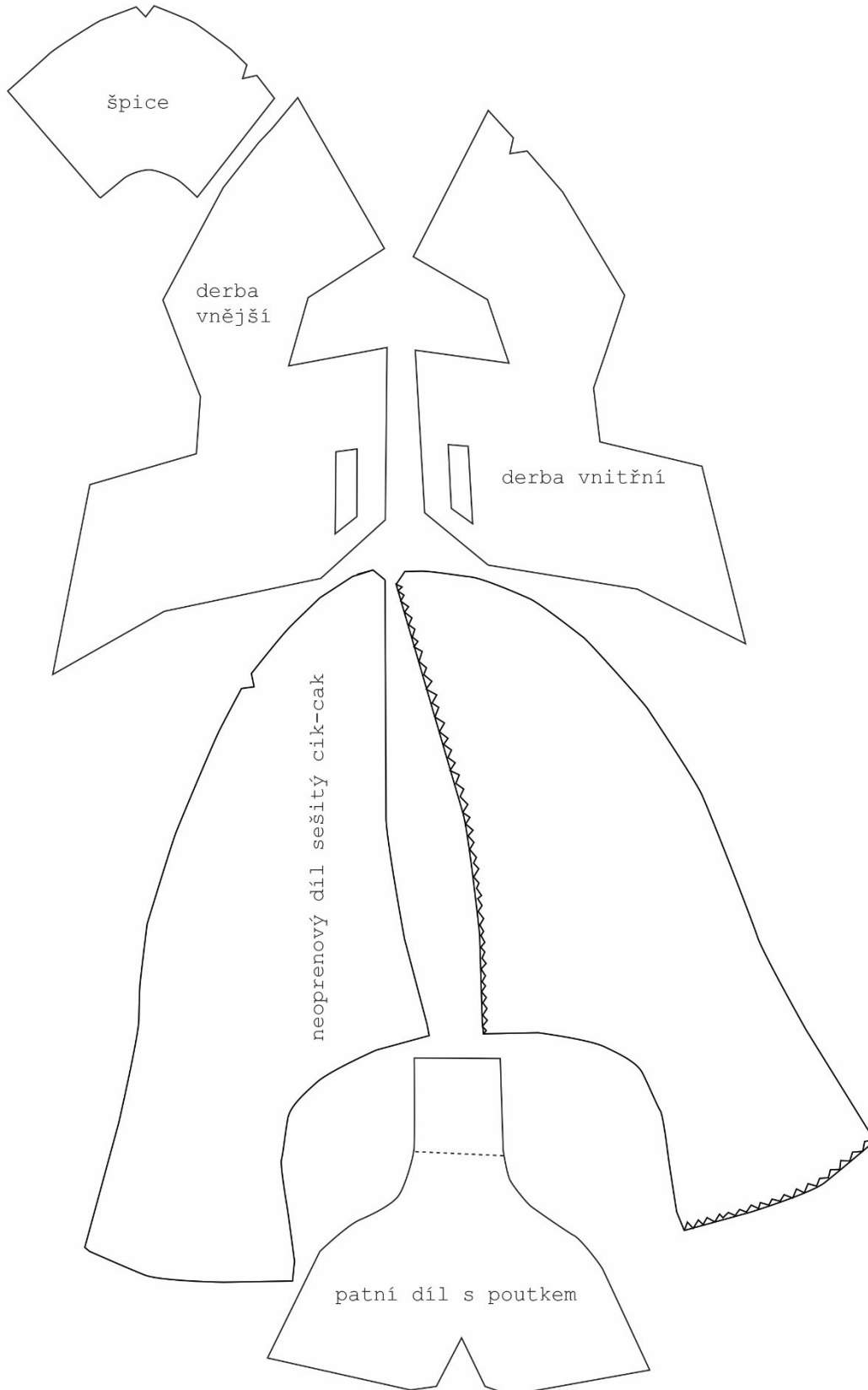
Backpack



Handbag

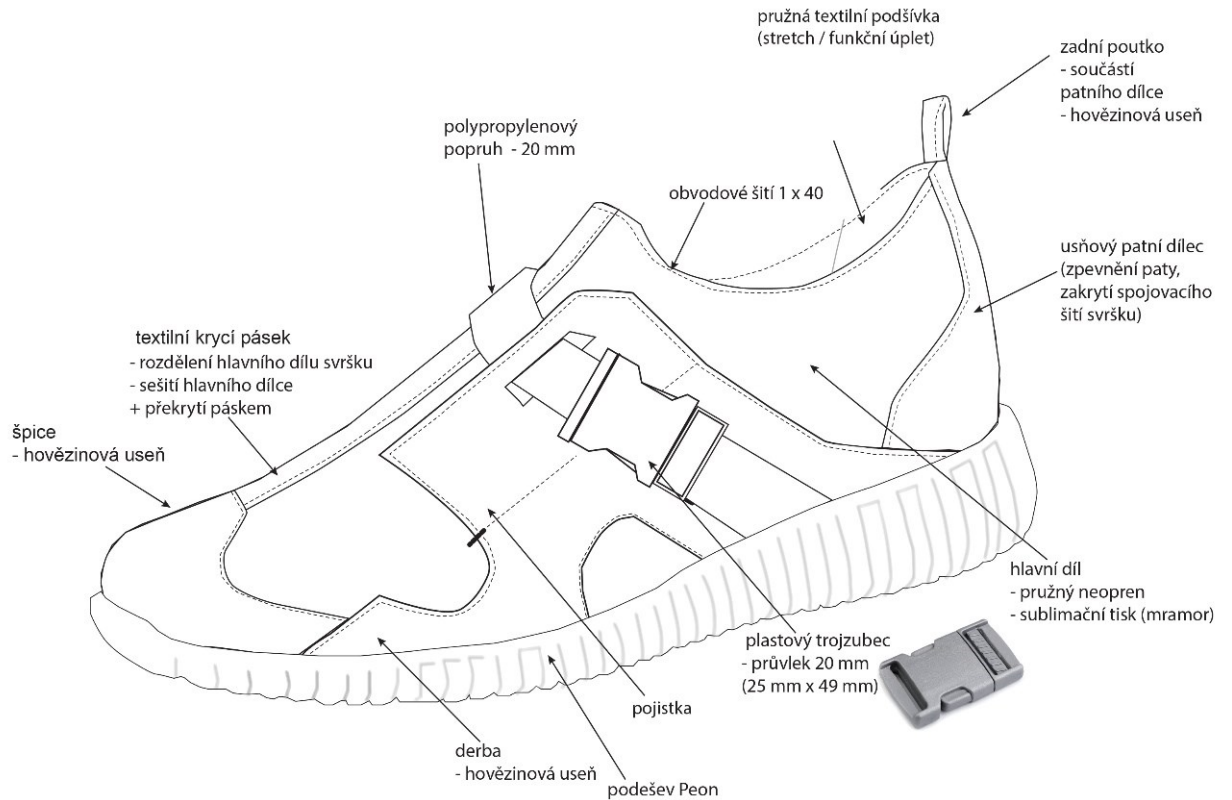


Sneakers

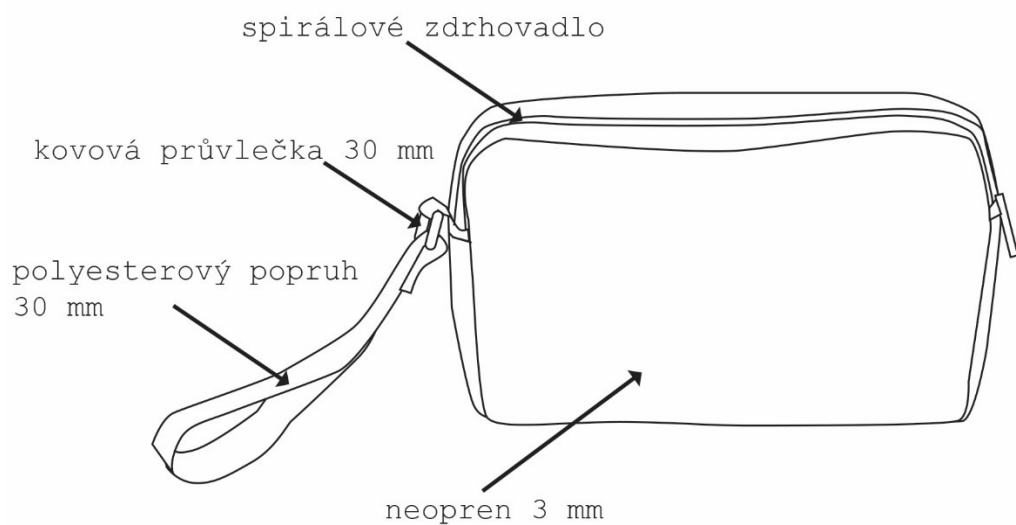


PŘÍLOHA P 2: TECHNICKÝ POPIS PRODUKTŮ

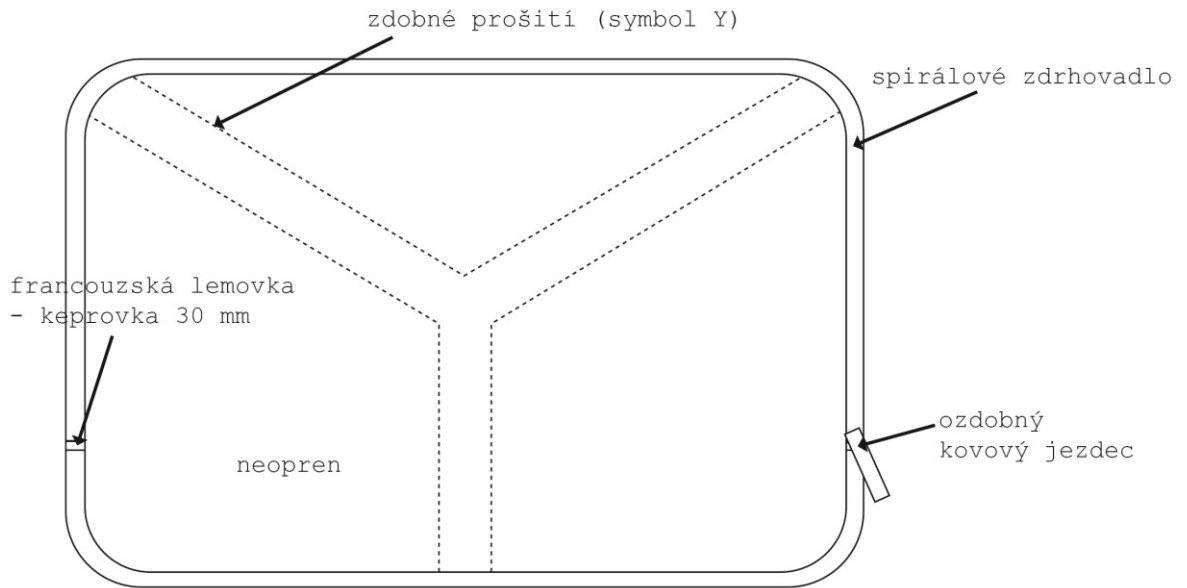
Sneakers



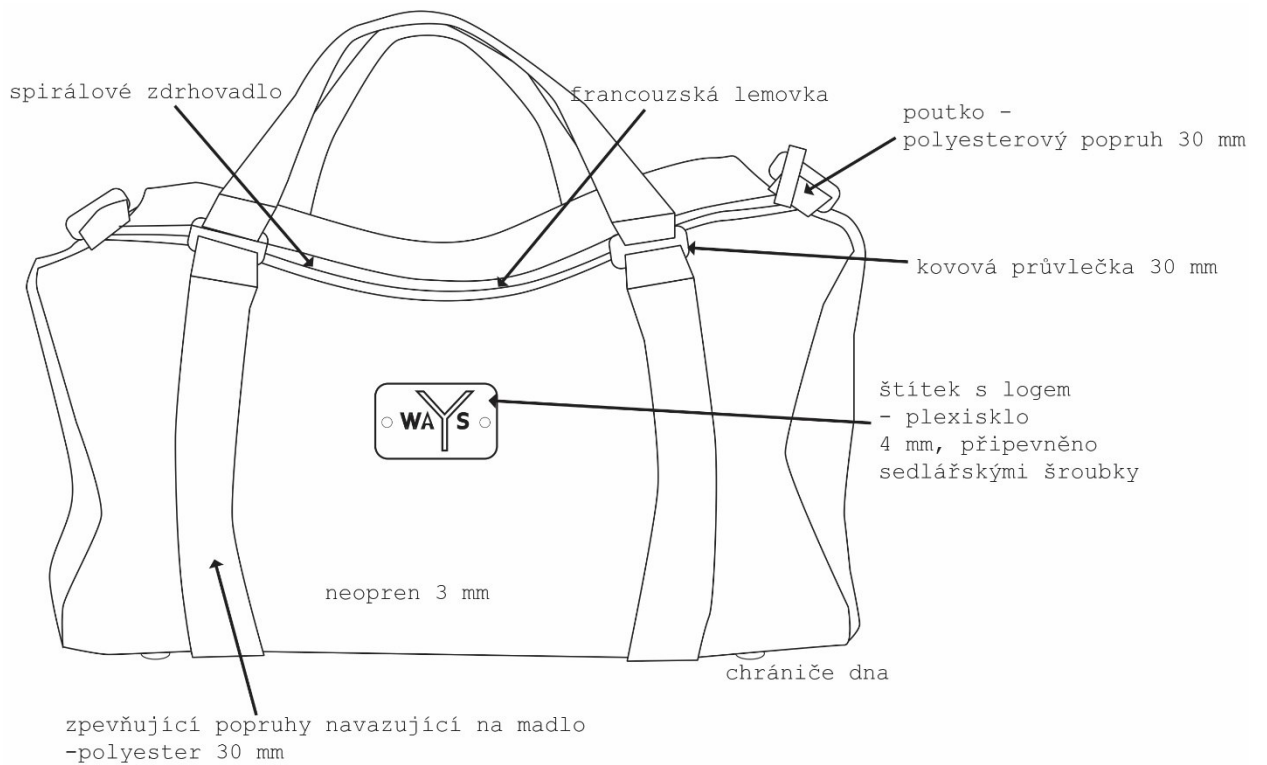
Wash bag



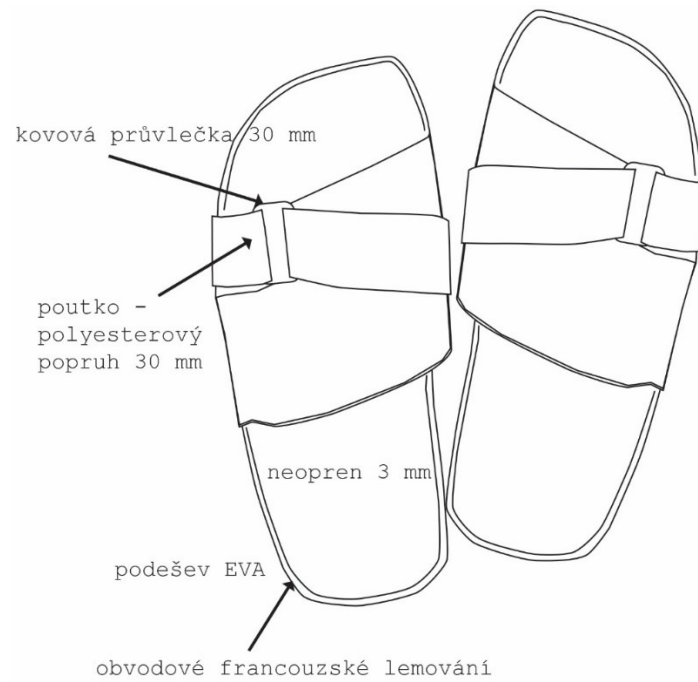
Laptop case



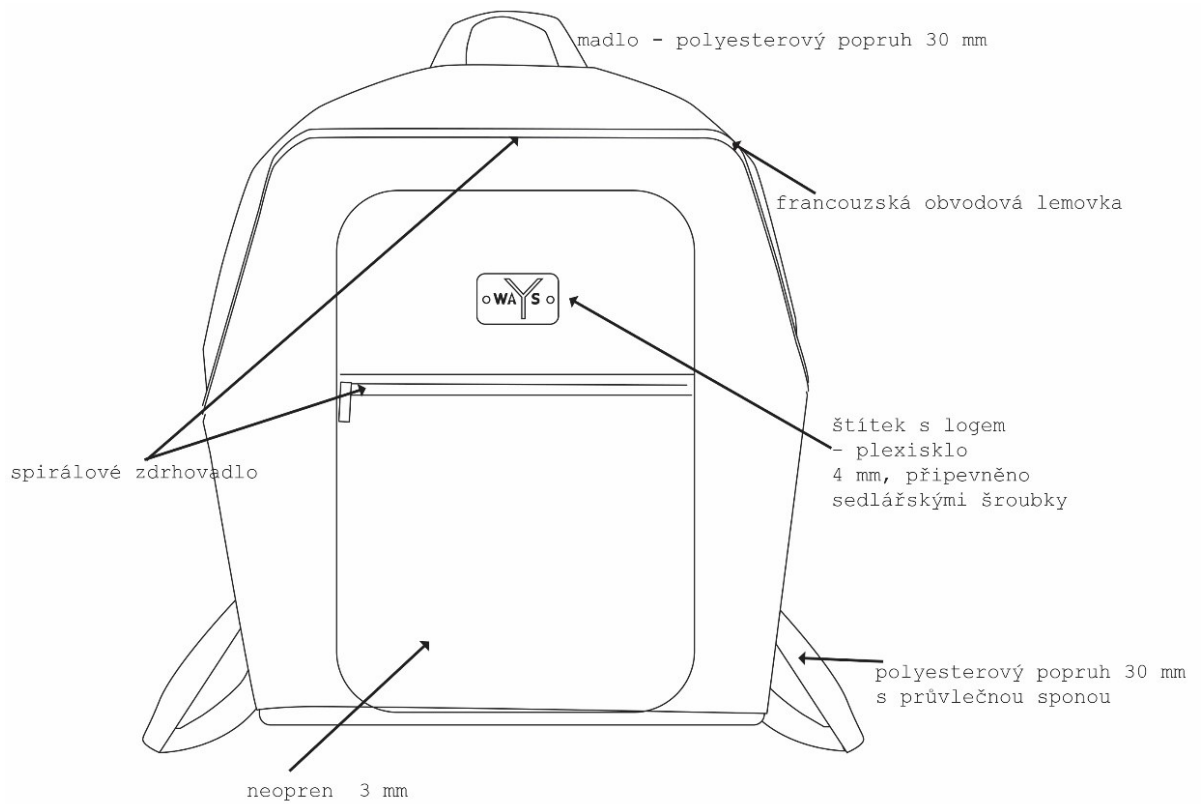
Carry-on bag



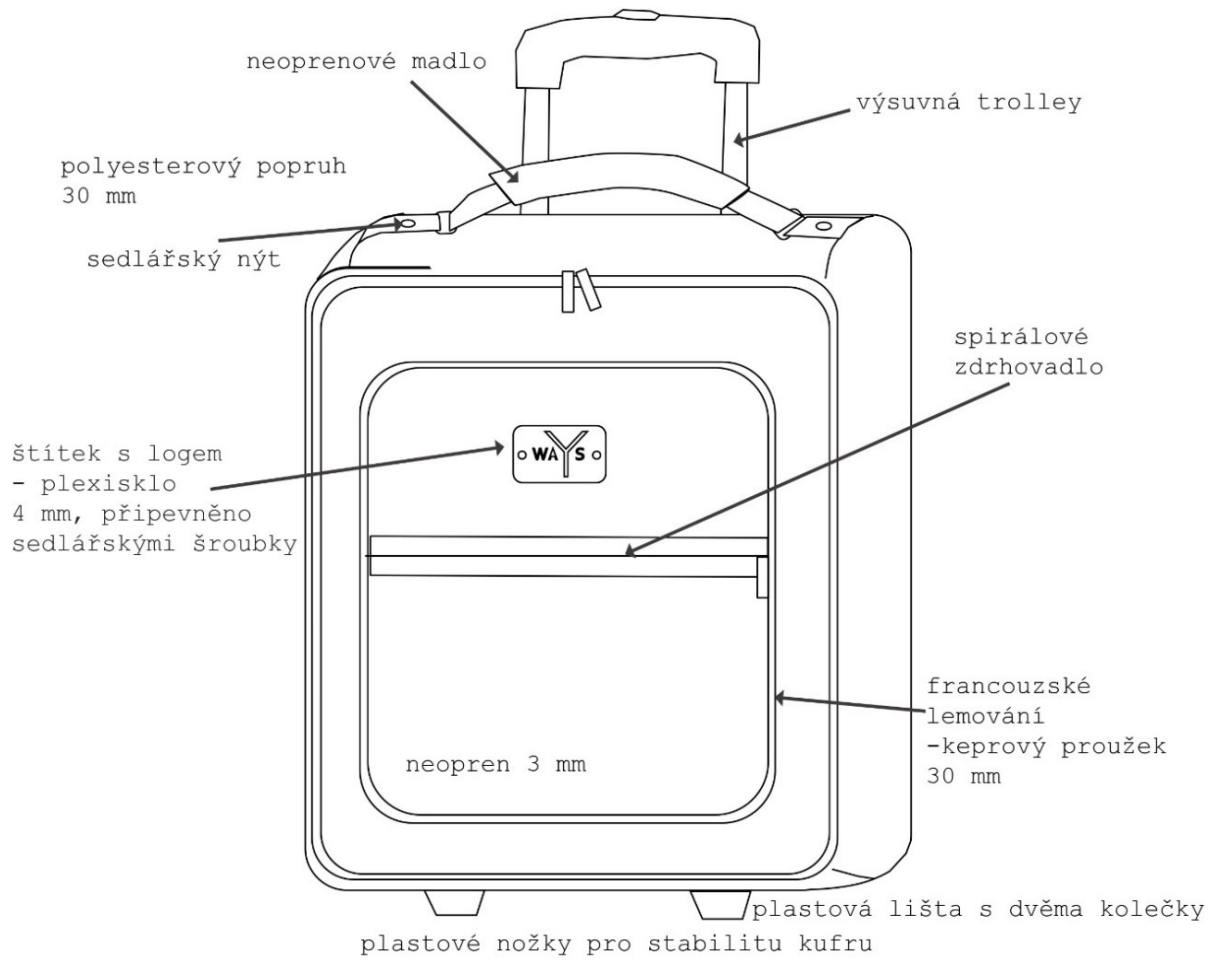
Slippers



Backpack



Cabin luggage



PŘÍLOHA P3: FOTODOKUMENTACE WASH BAG



PŘÍLOHA P4: FOTODOKUMENTACE LAPTOP CASE



PŘÍLOHA P5: FOTODOKUMENTACE SLIPPERS



PŘÍLOHA P6: FOTODOKUMENTACE CABIN LUGGAGE



PŘÍLOHA P7: FOTODOKUMENTACE BACKPACK





PŘÍLOHA P8: FOTODOKUMENTACE CARRY-ON BAG





PŘÍLOHA P9: FOTODOKUMENTACE PROTOTYPU OBUVI Č. 1





PŘÍLOHA P10: FOTODOKUMENTACE PROTOTYPU OBUVI Č. 2





PŘÍLOHA P11: NÁVRHOVÉ ŘEŠENÍ SNEAKERS MODEL 1



PŘÍLOHA P12: NÁVRHOVÉ ŘEŠENÍ SNEAKERS MODEL 2

