

Sada obalů

Ivona Polláková

Bakalářská práce
2018



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Produktový design
akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Ivona Polláková
Osobní číslo: K15089
Studijní program: B8206 Výtvarná umění
Studijní obor: Multimédia a design – Produktový design
Forma studia: prezenční

Téma práce: Sada obalů

Zásady pro vypracování:

1. Rešerše
2. Analýza
3. Sběr materiálů
4. Varianty návrhů
5. Řešení, technologie

- a) teoretická část v rozsahu 25 – 30 normostran textu
- b) prototyp nebo funkční model nebo fyzický model v měřítku 1:1, 1:2, 1:3, 1:5, 1:10 podle charakteru projektu a konzultace s vedoucím práce
- c) grafická prezentace v rozsahu minimálně 2,8 m²

Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah bakalářské práce: viz. Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz. Zásady pro vypracování
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

Jackson, Paul. Folding Techniques for Designers: From Sheet to Form. 2011. ISBN-13: 978-1856697217 Airey, David. Logo: Nápad, návrh, realizace. Foni book, 2015. ISBN 9788025131510

Monika Srnková Naše Slovensko ISBN 9788089637300

Danglová, Oľga. Modrotlač na Slovensku. 2014. ISBN 9788089639120

Kurjaková, Eva. S modrotlačou do sveta. 2017. ISBN 9788097248598

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Art. Ivan Pecháček**
Produktový design

Datum zadání bakalářské práce: **1. prosince 2017**

Termín odevzdání bakalářské práce: **11. května 2018**

Ve Zlíně dne 1. prosince 2017


doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkanka




M. A. Vladimír Kovařík
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- 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 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ 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 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit 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.

Ve Zlíně 10.5.2018

.....
Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělěčně zveřejňuje bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy. Vysoká škola disertační práce nezveřejňuje, byla-li již zveřejněna jiným způsobem.

(2) Bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

(4) Vysoká škola může odložit zveřejnění bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce nebo jejich částí, a to po dobu trvání překážky pro zveřejnění, nejdéle však na dobu 3 let. Informace o odložení zveřejnění musí být spolu s odůvodněním zveřejněna na stejném místě, kde jsou zveřejňovány bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce, již se týká odklad zveřejnění podle věty první, jeden výtisk práce k uchování ministerstvu

2) 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, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) 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, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše, přitom se přihlídnou k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá návrhem suvenýrových obalů, ale i výběrem vhodných produktů reprezentujících Slovensko zaštitěných pod nově vytvořenou značku. V teoretické části se věnuji Slovensku, jeho hodnotám a kultuře. Dále druhům obalů a jejich funkcím, materiálům, trendům, současným světovým a Slovenským značkám čerpajících z folklóru nebo zabývajících se obalovým designem. Praktická část popisuje vývoj značky, vizuálního stylu, prototypování a finální podobu obalů.

Klíčová slova: suvenýry, obalový design, folklór, Slovensko

ABSTRACT

The thesis is about design of packaging for souvenirs, choosing the right souvenir which will represent Slovakia and create a new brand as well. The theoretical part is specialized about Slovakia, the values and culture. Then types of packaging and function, materials, trends, current slovakian and world brands specialized in folk or package disign. The practical part describes development of brand, visual style, prototyping and final solutions of package.

Keywords: souvenirs, packaging design, folklore, Slovakia

Poděkování

Rada by som využila túto možnosť a poďakovala sa pánovi Mgr.Art. Ivanovi Pecháčkovi za úprimné rady, trpezlivosť, čas strávený pri konzultáciách a dávky dobrého humoru, nie len počas vedenia tejto bakalárskej práce ale aj celého štúdia.

Ďalej Anete Roubíčkovéj za nervy a nekonečné feedbacky počas prebdených nocí, bez ohľadu na stupiditu mojej otázky či jazykovej beriére.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce pana Mgr.Art. Ivana Pecháčka a použila jsem uvedenou literaturu. Dále prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	9
1 ZNAČKA	10
1.1 LOGOTYP.....	10
1.2 TYPOGRAFIA	11
1.3 FARBA	11
1.4 PRIESKUM SLOVENSKÝCH ZNAČIEK A STARTUPOV	12
1.5 PRIESKUM SVETOVÝCH ZNAČKIEK	16
2 SLOVENSKO	18
2.1 PRÍRODA	18
2.2 ORAVSKÝ REGIÓN.....	19
2.1.1 Oravský hrad	19
2.3 GASTRONÓMIA	20
2.3.1. Syry	21
Korbáčiky.....	21
Parenica.....	22
2.4. FOLKLÓR.....	22
2.4.1. Ľudové remeslá	23
2.4.2. Čičmany	24
2.4.3. Modrotlač	26
3. OBALOVÝ DESIGN	27
3.1. FUNKCIA	27
3.1.1. Ochranná funkcia	27
3.1.2. Informačná funkcia	28
3.1.3. Propagačná funkcia	28
3.1.4. Ekologická funkcia.....	28
3.1.5. Ekonomická funkcia.....	28
3.1.6. Manipulačná funkcia	28
3.2. TRENDY.....	28
3.3. OBAL POTRAVÍN.....	29
3.3.1. Balenie čokolády	29
3.3.2. Balenie syrových výrobkov.....	30
4. MATERIÁLY	32
4.1. PAPIER.....	32
4.1.1. Druhy papierov používané v obalovom dizajne.....	32
4.2. GRAFICKÉ TECHNIKY SPRACOVANIA PAPIERA	34
4.2.1. Tlač z výšky	34
4.2.2. Tlač z plochy	34
4.2.3. Tlač z hĺbky.....	35

4.2.4. Tlač cez sito.....	35
4.2.5. Dokončovacie spracovanie.....	35
II PRAKTICKÁ ČASŤ	36
5. KONCEPT.....	37
6. PROBLEMATIKA.....	38
7. ZNAČKA.....	40
7.1. VIZUÁLNY ŠTÝL	40
7.2. LOGOTYP SRCKO.....	41
7.3. FAREBNOSŤ	43
8. SET SUVENÍROV	44
8.1. OBAL „VYLÍŽ SI“.....	44
8.2. OBAL „VYPI SI“.....	46
8.3. OBAL „ZOŽER SI“.....	48
ZÁVĚR	51
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	52
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	54
SEZNAM OBRÁZKŮ	55

ÚVOD

Zvolenie témy pre bakalársku prácu vzniklo počas môjho študijného pobytu v zahraničí, kde zosilnela moja túha po poznaní tradícií. Spoznala som mnoho ľudí z celého sveta, dozvedala sa o najrôznejších kultúrach a ich tradíciách. Za ten rok som navštívila 11 krajín, pričom som si uvedomila, že o tej svojej viem len málo. Pracovať na tejto téme som preto brala ako príležitosť dozvedieť sa viac o svojej krajine a ako by som ju chcela prezentovať. Rozhodla som sa pre vytvorenie sady obalov Slovenských suvenírov a výberu produktov samotných, ale aj vytvorenie značky a vizuálneho štýlu. Obalový dizajn pokladám za dokonalé prepojenie vizuálnej práce a vytvorenia reálneho objektu.

Teoretická časť sa zaoberá Slovenskom, jeho hodnotám, tradíciám, históriou. Pozornosť upriamujem na súčasné Slovenské ale aj svetové značky, ktoré nachádzajú inšpiráciu vo folklóre alebo sa zaoberajú obalovým dizajnom. Ďalej druhom materiálov, ich ďalšom spracovaní, obalom a funkciou.

V praktickej časti opisujem problematiku zvolených suvenírov. Následne vývoj značky, logotypu a celkového vizuálneho štýlu, spojenie folklórnej kultúry so súčasným dizajnom, prototypovanie a finálnej podobe návrhov.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ZNAČKA

Už po tisícročia ľudia potrebujú spoločenskú identifikáciu. Značka pravdepodobne začala označovaním hospodárskych zvierat, aby sa zabránilo ich kradnutiu. Plynutím času sa značka prispôbila aj iným druhom tovaru ako pečiatky na keramike, ktoré sa používali už v starovekom Egypte. Nie je to však len logotyp. Pod značkou chápeme celkový štýl firmy, jej hodnotu. Slúži na uľahčenie identifikácie produktu, odlišenia sa od konkurencie. [1]

1.1 Logotyp

Jedinečné logo je také, ktoré snadno rozlíšite od loga konkurencie. Má osobitou kvalitu a štýl, jež věrně vystihuje perspektivu firmy zákazníka.¹

Vďaka vhodne navrhnutému logotypu značky môže firme zvýšiť očakávanú hodnotu produktu. Každé logo musí vyhovovať cieľovej skupine, klientovi a odvetviu. Neznamená to však, že musí odhaliť celkový zámer firmy. Platí tu staré známe pravidlo: V jednoduchosti je krása. Jednoduchý symbol sa ľahšie rozpozná, zapamätá, je prispôsobivý, viacúčelový a nadčasový. Logotyp by mal vydržať dobu pôsobenia firmy, preto je vhodnejšie vyvarovať sa módnym trendom. Je tiež potreba myslieť na veľkosť, aby sa pri minimálnej veľkosti nestrácali detaily. Minimalistický prístup logotypu je možné aplikovať na široké spektrum médií ako vizitky, odznaky, reklamné plochy, ikon webových stránok, aplikácii. Nehovoriac o ušetrení finančných nákladov pri aplikácii. [2]

¹ AIREY, David. Logo nápada, návrh, realizace. Brno: Computer Press, a.s., 2010. ISBN 978-80-251-3151-0]

1.2 Typografia

Pri výbere názvu je dôležitá cieľová skupina krajiny, v ktorej značka pôsobí. Pri správnom symbole, ktorý jasne a jednoducho zobrazuje zámer firmy nie je potrebný preklad, či názov vo svetovom jazyku. Logotyp môže byť čisto typografický alebo ako jeho súčasť. Návrh by mal byť celkovo zladený. [3]

Dôležitú úlohu zohráva výber fontu. Pri jeho výbere je potrebné zvážiť účel textu. Pri čisto typografickom logotype je povolená väčšia voľnosť výberu fontu a experimentovaniu. Kde pri názve, ktorý dopĺňa symbol je vhodnejšie zvoliť jednoduchší a ľahko čitateľný tvar, čím dochádza k lepšiemu vyniknutiu samotného symbolu. Základnou úlohou textu je poskytnutie informácii. Text je však potreba chápať ako vizuálny prvok. Tvar komunikuje rovnako ako jeho obsah. Rôzne typy písma majú svoj vlastný charakter, pôsobia iným dojmom, môže to byť elegantný, tradičný, mladistvý, moderný až zábavný. Tvar teda určuje formálnosť značky a naopak. Dôležitým aspektom je čitateľnosť, niektoré fonty sú viac citeľné než iné. Typ písma, duktus, farba, toto všetko stanovuje zreteľnosť a čitateľnosť. Zvolená hrúbka písma by mala byť dostačujúca na čítanie z diaľky. [2]

1.3 Farba

Návrh musí byť zreteľný. Prvé navrhovanie v čiernobielym prevedení nám zaručí výraznejší a celistvý grafický návrh, ktorý je ľahko zapamätateľný a funkčný. Farba je pri navrhovaní logotypu až druhoradá, no významným komunikačným prvkom. Dokáže zvýšiť hodnotu dizajnu, zatriktívniť, zvýrazniť ale aj potlačiť či upútať pozornosť. Výrazný farebný prvok pomáha k lepšej zapamätateľnosti, no viac než tri farby sú už zložitejšie. Farby, ktorých si divák dokáže vysloviť názov sú ľahšie zapamätateľné. Je vhodné prikloniť sa k škále základných farieb. Pri použití dvojfarebnej verzie je potreba zvážiť ich rovnocennosť. Dôležitý je kontrast pretože prvky sa stávajú výraznejšie. Odtiene rovnakej farby majú rôznu silu, jeden prvok sa preto javí dôležitejší ako ten druhý. Napríklad odtiene rovnakej farby majú rôznu silu, jeden prvok sa preto javí dôležitejší ako ten druhý. Farby, ktoré majú ekvivalentnú silu majú porovnateľnú čitateľnosť aj z diaľky. [2]

1.4 Prieskum Slovenských značiek a startupov

Nice Visions

Startup navrhujúci solárne panely v podobe modranskej keramiky. Tento startup získal prvé miesto v súťaži energetických startupov s názvom PowerUp. Hlavnou myšlienkou sú kachličky, ktoré tvoria solárnu fasádu. Esteticky pôsobiace solárne panely sa dajú využívať na miestach predtým nepoužívaných. [24]



Obr.č. 1 Ukážka solárnych panelov v podobe modranskej keramiky

Pekne

Značka vzkriesila tradíciu čičmianskych motívov. V ich portfólio produktoch sa nachádzajú predovšetkým pletené alebo vyšívane odevy z prírodného ľanu a vlny. [24]



Obr.č. 2 Ukážky produktov značky Pekne

Forest Skis

Ručne robené drevené lyže bratov z Liptovského Mikuláša. Inovatívny koncept lyží prví svojho druhu na svete už získal Národnú cenu za dizajn 2017 ale aj cenu Red Dot. Nie sú však len dobre vyzerajúcim dizajnovým kúskom, predovšetkým ide o konštrukčné vlastnosti lyží, ktoré závisia na tvare. Bratia sú vášniví lyžiari, na trhu sú ale ťažko dostupné lyže, ktoré by vyhovovali všetkým kritériám a tak sa zrodila unikátna myšlienka. Lyže prešli niekoľko ročným vývojom a testovaním, dôsledné navrhnutie lyží ponúka väčšiu voľnosť pri freestyleovej jazde, stabilitu pri skokoch, ľahšiu rotáciu pri jazde v úzkom priestore či lese. [24]



Obr.č. 3 Drevené lyže Forest Skis

Fusakle

Značka zaoberajúca sa štýlovými ponožkami s tradičnými a konzervatívnymi vzormi. Nápad dvoch mladíkov, ktorí si pri cestovaní radi donesú nejaký suvenír na pamiatku. Ponožky sú malé, milé, využiteľné a iné. [24]



Obr.č. 4 Ukážky ponožiek Fusakle

Dizajnové štúdio Michala Slováka

Grafický dizajnér, špecializujúci sa na branding a packaging má na konte ocenenie Packaging of the Year 2017 v kategórii obal potravín v Česku a na Slovensku, za dizajn pre LYRA Chocolate. Spoločnosť vyrábajúca prémiové ručne robené čokolády, získala tiež už niekoľko medzinárodných ocenení za čokoládu samotnú. [24]



Obr.č. 5 Čokoláda Lyra

Pergamen

Štúdio, pôsobiace už od 90. rokov niekoľkonásobne uspelo na svetových súťažiach, ako Reddot Design Award či Pentawards súťaž obalového dizajnu. Stojí napríklad za dizajnom fľaše a logotypom alkoholického nápoja Tatratea, s celkovým počtom 39 ocenení za dizajn a chuť. [24]



Obr.č. 6 Tatranský čaj

typ papiera. Používa sa v nepotiahnutej forme pri výrobe vlnitej napr pre plechovky a iné. Môže byť potiahnutý alebo laminovaný pre zlepšenie vlastností a dodatočnú pevnosť. [12]

1.5 Prieskum svetových značiek

Packhelp

Poľský startup zbral myšlienku, že obal musí naplno zaujať na prvý pohľad. Ideou je vytvoriť dizajnové, zaujímavé a spotrebné krabice presne podľa predstáv klienta. Startup umožňuje tvorbu vlastných dizajnov v online grafickom editore priamo na ich webe, s možnosťou objednania aj malých počtov kusov a dodania do dvoch týždňov. [24]



Obr.č. 7 Ukážky ľudovej

Brandbox

Lotyšské štúdio s ocenením Reddot Award, má vo svojom portfóliu vizuál pre najznámejšiu lotyšskú čokoládovňu Laima so sídlom v Rige. Vytvorilo aj niekoľko kolekcíí obalov, propagujúce samotné Lotyšsko alebo Rigu. Najnovšia kolekcia čokolád, je vytvorená pri príležitosti stého výročia krajiny. Dizajn obalov v národných farbách, pripomína vlajku zvyrazňujúce siluety najvýznamnejších budov Rigy. Kombinuje starodávne tradície s moderným dizajnom, na ktoré sú Lotyšania hrdý.

Pracovali aj na novom dizajne pre národný alkoholický nápoj Riga Black Balsam, ktorý vznikol už v 18. storočí. Nová podoba nahradila zastaralý štýl, no vytlačili to najlepšie zo starej podoby tvaru fľaše a predchádzajúcich etikiet, čím sa tradičná podoba zachovala.



Obr.č. 8 Riga Black Balsam

Happycentro

Talianske štúdio zaoberajúce sa grafikou a obalovým dizajnom. Dizajn obalu pre tradičné Torrioni, nugátová cukrovina, zo Sicílie. Myšlienka prepojenia ilustrácie s povestiami krajiny. Koncept ilustrácie mozaiky zobrazuje príbeh zrodu surovín prichádzajúcich zo zeme, vyrastajú do vidieku, šíria sa po uliciach, námestiach, palácoch... Set štyroch obalov tvorí jednu panorámu, každý jeden rozpráva o rozličných miestnych povestiach.



Obr.č. 9 Obal pre Sicílske Torrioni

2 SLOVENSKO

Srdce Európy, územie bohaté na prírodné krásy, majestátne Tatry, mocné hrady a zámky, ľudové zvyklosti, to všetko sa mi vybaví pri slove Slovensko. Folklor odkazuje na spôsob života ľudu, pastierov, roľníkov, remeselníkov, ktorí si chceli spríjemniť život pri tvrdej práci. V každej doline sú iné kultúrne a folklórne tradície. Dodnes pretrvávajú množstvo ľudových tradícií, tanečných a hudobných súborov, folklórnych festivalov, trhov a ľudové remeslá, medzi ktoré patrí rezbárstvo, drotárstvo, chov oviec, včelárstvo, čipkované výšivky či hrnčiarstvo. Geografický stred Európy nie je možné presne určiť a preto ich existuje niekoľko. Jeden zo stredov je v slovenskej obci Kremnické Bane. Nachádza sa tu pamätník vztýčený kameň slovenskej štátnosti, ktorý tu položili pri príležitosti vzniku Slovenskej republiky. Slovensko je síce malou krajinou ale svojou bohatou históriou, prírodným bohatstvom a tradičnou kuchyňou má z turistického hľadiska atraktívne využitie. Najnavštevovanejšie sú Vysoké Tatry, ktoré ponúkajú celoročné využitie. Ďalej sú to hrady, zámky, jaskyne, kúpele a wellness centrá. Do povedomia sa viac dostáva aj slovenská gastronómia. [10, 23]

2.1 Príroda

Slovensko je na štvrtom mieste z hľadiska podielu rozlohy horských oblastí 74,4% a na piatom mieste z hľadiska počtu obyvateľov, žijúcich v horských oblastiach 65,4%. Na Slovensku ako v jednej z mála európskych krajín žijú voľne v horách medvede či vlci. Slovenským zvieratám, ktoré nežijú nikde iba na území Tatier je druh kamzíka vrchovského, nazývaný Kamzíka vrchovský tatranský. [20]

Najmenšie veľhory sveta. Deväť národných parkov. Majestátne štíty, hlboké údolia a tajomné rokliny. Rozsiahle lesy plné života. Karpaty, domov vlka, medveďa, rysa, kamzíka. Najrozsiahlejšie krasové územie v strednej Európe. Viac ako 6200 jaskýň a priepastí. Priehľadné ľadovcové jazerá, pokojné nížinné rieky, raj vtáctva, modré hladiny vodných nádrží. Pieskové duny a borovicové lesy, prírodné travertíny, útvary vytvorené sopečnou činnosťou. Neuveriteľná pestrosť na takom malom území.

Využite celosvetovo jedinečnú sieť turistických značkovaných trás nielen na hrebeňoch hôr. Najzaujímavejšie miesta vám sprístupnia náučné chodníky. Vychutnajte si krajinu zo sedla bicykla, či z konského sedla. Pozorujte nepoškvrnenú prírodu spoza hľadáča fotoaparátu,

*d'alekohľadu, či udice. Každé zo štyroch ročných období má v krajine Slovenska svoje čaro.*²

2.2 Oravský región

Orava je najsevernejším a najchladnejším regiónom. Rozprestiera sa v severozápadnej časti Slovenska hraničiaca s Poľskom. Je typická čistým vzduchom, historickými vzácnosťami a pamiatkami, tradíciami, prírodnými krásami, so zjazdovým lyžovaním počas zimných mesiacov, či turistické trasy počas leta. Región obklopujú Západné Tatry – Roháče, Chočské vrchy, pohorie Malá Fatra a Oravská Magura. Na Slovensku sa nachádza cez 600 hradov, zámkov a kaštieľov. Najvýraznejším symbolom Oravy je Oravský hrad vypínajúci sa na skale nad riekou Orava. [17]

2.1.1 Oravský hrad

Najzachovanejší stredoveký hrad na Slovensku, ktorý sa prvý raz písomne spomína v roku 1267. Hrad sa týči na strmom vápencovom brale vo výške 112 metrov nad hladinou rieky Orava. Komplex budov sleduje tvar hradnej skaly. Existuje veľké množstvo povestí a mýtov. Jedna z najstarších hovorí o vzniku kedy starý boháč upísal svoju dušu samotnému diablu výmenou za postavenie hradu na najvyššej skale za sedem dní a sedem nocí. Diabol stávkou prehral a poslednú noc keď mu ostali ešte tri balvany, zahodil ich v zlosti do diaľky. Hovorí sa, že jeden leží v rieke Orava priamo pod hradom, druhý v Dolnej Lehote a tretí na vrchu Šibenica. [18]

² Deväť národných parkov, namenšie veľhory sveta, internetový zdroj: <http://slovakia.travel/co-vidiet-a-ro-bit/priroda-a-krajina>



Obr.č. 10 Oravský hrad

Hrad je vyhľadávanou destináciou medzi turistami ale aj filmármi zo Slovenska a sveta. Nakrúcalo sa to niekoľko slovenských filmov ako Sokoliar Tomáš, Láska na vlásku, Adam Šangala, Kráľ Drozdia brada, či zahraničné Upír Nosferatu, Dračie srdce II. Súčasťou hradnej expozície je Oravské múzeum, ktoré ukazuje život a kultúru oravského ľudu. [19]

2.3 Gastronómia

Okrem návštevy historických pamiatok, prírody či kultúrnych akcií, je pre turistu rovnako lákavá ochutnávka gastronomických špecialít danej krajiny. Na slovenskom území sa nachádza nespočetné množstvo salašov či kolíb v podobe tradičnej ľudovej architektúry, vybavené dreveným nábytkom, zdobenými remeselnými výrobkami ponúkajúce tradičnú kuchyňu. Gastronómia tu dokonca zohráva aj úlohu samotnej turistickej atrakcie s dlhoročnou tradíciou. Konajú sa rôzne festivaly jedla, jarmoky, vinárske či pivné cesty, súťaže vo varení bryndzových halušiek alebo guláša. Dominujúcimi surovinami sú zemiaky, mlieko a kapusta. Ich kombinácia tvorí množstvo druhov jedál. Rozmanitosť krajiny tvorí pestrosť tradičnej kuchyne v jednotlivých regiónoch. V horských oblastiach sú typické najmä mliečne výrobky. Kravské, kozie a ovčie mlieko sa využíva na výrobu syrov a jedál. Typickými sú syrové korbáčiky, bryndza, tvaroh, oštiepok, parenica, smotana či žinčica. V nižšie položených miestach prevažujú jedlá kapusty, husacina, lokše, trdelníky. V lesnatých častiach to sú lesné huby, lesné ovocie a divina. Horskému podnebiu sa tešia predovšetkým čučoriedky, ktoré spolu s malinami nesmú chýbať v slovenských zákusoch. Tradíciu zastupuje aj chov

včiel a včelie produkty. Sladké jedlá sú menej typické, na ich osladzovanie sa používal med, pridával sa do cesta na koláče, zalievali sa ním kaše, rôzne pečené jedlá či opekance, ktoré sa podávajú na Vianoce. Z medu sa vyrába aj alkoholický nápoj medovina. Slovenský výrobcovia sú držitelia najväčšieho počtu ocenení za medovinu vo svetových súťažiach.

Typické sú ovocné destiláty, pálené ovocie, najčastejším produktom bola slivovica. Podávali ju v typickom a prvom tvare pohárika na liehoviny s názvom pijačka. Špecifickým destilátom je borovička, pálená z plodov borievky. Jej pôvod sa datuje do 16. storočia, vyrobený v habsburskom monarchickom kraji Liptova. Ďalej to je takzvané hriatô, zmes opraženej slaniny, liehu a medu. Domáca pálenka je súčasťou slovenskej histórie. Slovanskí predkovia ju však používali predovšetkým ako liek. Tak vzniklo aj vtipné príslovie: „V malom množstve je slivovica liek, vo väčšom medicína“. Na horských chatách je to pálenka s vylúhovaným koreňom horca alebo Tatranský čaj, bylinný likér na báze čaju, ktorý tiež vznikol pôvodom ako liek. Základom bol horúci bylinkový čaj s koncentrovaným liehom, medom, cesnakom a iné. Na každú chorobu existovala iná kombinácia, vždy sa to však volalo čaj. Neskôr sa zachovala ako špecialita podávaná na zbojníckych chatách. [23,25]

2.3.1. Syry

Korbáčiky

Oravský korbáčik, druh pareného syra, ktorý môže byť údený alebo neúdený. Je vyrábaný tradičným spôsobom, parením vykysnutého a čiastočne prezretého hrudkového syra v horúcej vode. Jeho vyťahovaním do tvaru nití a následným splietaním do tvaru korbáčika. Pôvodne sa vyrábal len z ovčieho mlieka, dnes už aj z kravského. Výroba sa uskutočňuje v regióne Orava, horský región s vhodnými podmienkami pre chov a pasenie oviec, hovädzieho dobytku a nasledovným spracovaním mlieka na syry. Túto prednosť prostredia obyvateľstvo využíva od osídlenia až po súčasnosť. Výroba sa datuje už od 19. storočia, kedy predaj syrových výrobkov bol jediným zdrojom obživy pre miestnych pastierov. V oravskej dedinke Zázrivá sa začal vyrábať tento parený syr formovaný do tvaru korbáča, ktorý sa pletie z prútia počas veľkonočných sviatkov. Jeho syrová zmenšenina dostala pomenovanie korbáčik. Začalo tu stredisko obchodovania s parenými syrmi, obchodníci podľa nakupovaného syra dostali aj pomenovanie ako napr. korbáčkári, oštiepkári, srdciari, atď.

O ich reputácii svedčí zápis zemepisného označenia „Oravský korbáčik“ ochrannou známkou Európskej únie, vďaka zachovaniu tradičnej receptúry a ojedinelej zručnosti, ktorá je pre syrárske výrobky nezvyčajná a pripravená výlučne ručnou výrobou. [16, 23]

Parenica

Tradičná slovenská parenica je parený jemne údený syr zvinutý z dvoch zvitkov syrovej stuhy. Na výrobu sa používa čerstvo nadojené ovčie mlieko s možnosťou pridania kravského, musí však obsahovať minimálne 50% ovčieho mlieka. Uvádza sa, že začiatok výroby je zo začiatku 19. storočia z okolia Zvolena a Brezna, odkiaľ sa rozšírila po území Slovenska. Tvar syra pripomína známe motívy, ktoré sa vyskytovali na ozdobách a predmetoch starých Slovanov. [23]

2.4. Folklor

Slovenský folklór predstavuje život pastierov, roľníkov a remeselníkov. Je veľmi rôznorodý, každá oblasť má svoj vlastný charakter, svoj vlastný folklór, kroje, piesne, hudbu, nárečie, architektúru, tance, tradície a zvyky. Folklor sa odovzdáva z generácie na generáciu. Pre zachovanie a prezentáciu kultúrnych zvyklostí sa založili folklórne súbory jednotlivých oblastí. Každoročne sa organizujú folklórne slávnosti či festivaly, kde sa prezentuje ľudová kultúra, remeslá a gastronómia. [23,10,25]



Obr.č. 11 Ľudové tance

2.4.1. Ľudové remeslá

Ľudové umelecké remeslo bolo rozmanité, niektoré sa zachovali až dodnes. Výrazné bolo napríklad tkáčstvo, sklárstvo, košíkárstvo, drotárstvo, hrnčiarstvo, rezbárstvo, výšivkárstvo a mnoho iných.

Výšivka patrí k najrozvinutejším a najvariabilnejším prejavom výtvarného umenia. Prejavovala sa najmä na odevy a bytovom textile. Odlišovali ňou každodenné príležitosti, sviatky, vek, majetkové postavenie. Ornament bol zväčša geometrického tvaru, veľké zastúpenie majú rastlinné tvary, menej zvieracie a figurálne zobrazenia, ktoré mali ideologický zmysel alebo len čisto estetický. Rozmanitosť výšivky spoznáme na krojoch, ktoré sa odlišujú nie len podľa príležitostí, na ktoré slúži ale aj oblastí. Z kroju žien sa dalo vyčítať odkiaľ pochádza, či je slobodná alebo vydatá, či má dieťa, či nosí smútok, do ktorej spoločenskej vrstvy patrí a akého je vyznania.

Výraznú časť ľudového umenia tvorilo rezbárstvo, zdobenie drevených predmetov rezbou, rytím, pílením, vypaľovaním či zhotovovanie drevených plastík. Uplatňovalo sa pri skrášľovaní obydlia, architektúry aj interiérov či domáceho vybavenia. Zdobili sa napríklad aj pastierske palice, hudobné nástroje, fujary či valašky, dlhá a ľahká sekera, ktorú využívali pastieri na chodenia a ako zbraň. Je súčasťou aj ľudových tancov a tiež spájaná so zbojníkmi. Je zaradená na zozname svetového dedičstva UNESCO. [23,25]

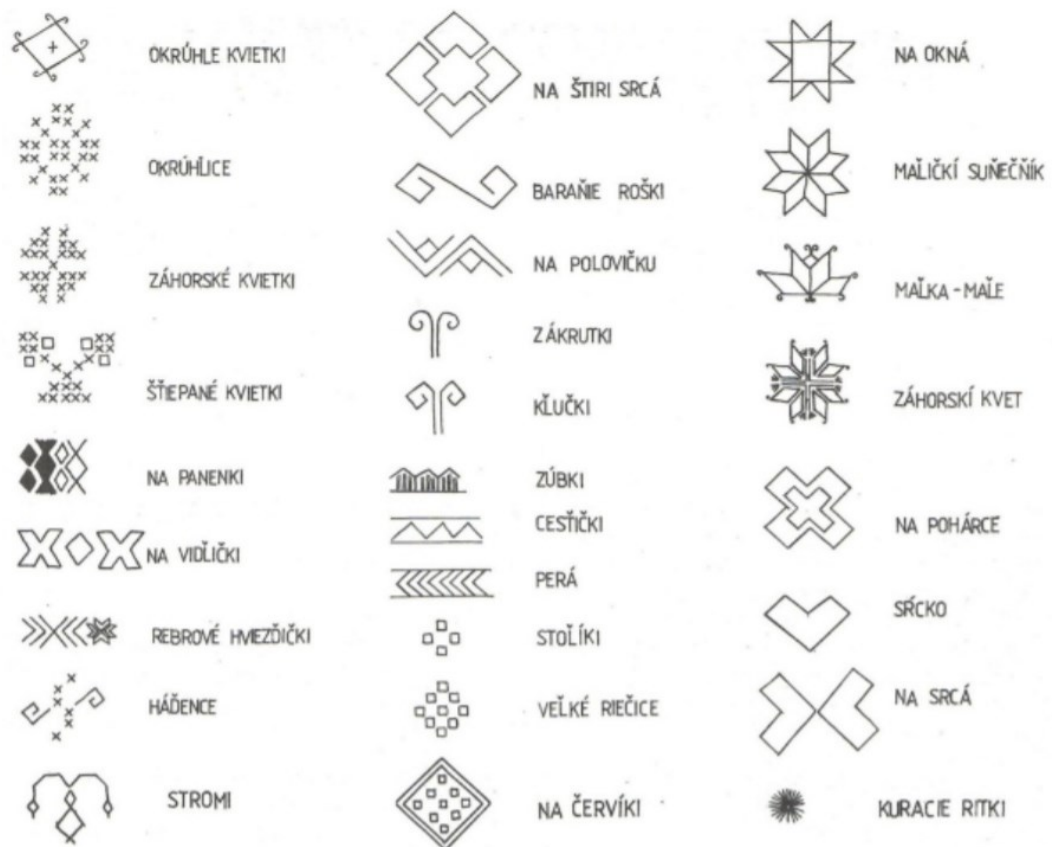
2.4.2. Čičmany

Čičmany, prvé miesto na svete, ktoré bolo zapísané do Rezervácie ľudovej architektúry. Malá dedinka uprostred hôr je známa svojimi zrubovými drevenicami s ručne maľovanými bielymi ornamentami. Spočiatku sa drevenice maľovali bielym vápnom len na spodnej časti, čím drevo izolovali a chránili pred škodcami. Drevenice nie sú však jedinečné len vo svete ale aj na samotnom Slovensku, keďže tento vzor nenájdeme nikde inde. K postupnému oceňovaniu krás a hodnôt Čičmian prispel aj známy architekt Dušan Samo Jurkovič na Národopisnej výstave Československej v Prahe v roku 1895. Napísal tiež niekoľko publikácií venované Čičmanom. [7, 8]



Obr.č. 12 Ukážky ľudovej architektury v Čičmanoch.

Prvá písomná zmienka o dedine je z roku 1411 avšak tak, ako ju poznáme dnes sa začala formovať pred dvesto rokmi. Počas tejto doby to narušili tri veľké požiare v rokoch 1907, 1921 a 1945. Požiar z roku 1921 zapríčinil, že sa Čičmany nedostali na list svetového kultúrneho dedičstva UNESCO, stalo sa tak až v roku 2013. Vznikol plán na obnovu a záchranu Čičmian v tradičnom duchu, na ktorom sa podieľali aj architekti Klimeš a Margenca, tiež nepriamo už spomínaný Dušan Jurkovič.[7, 8]



Obr. č. 13 Čičmianske motívy a ich názov

Čičmiansky ľudový ornament možno nájsť nie len v architektúre ale aj na ľudovom odevu, výšivkách, na bežných predmetoch ako sú nádoby, varešky a iné. Ornamenty sú charakteristické svojou geometrickou jednoduchosťou pričom si zachovávajú svoju typickosť a osobitosť. Najviac sa rozšírili vo výšivke, odkiaľ sa odvíjal ich geometrický tvar na základe techniky počítania nití. Výšivky boli bohaté na veľké množstvo vzorov a ich kombináciou vynikali ďalšie. Mali rozličné pomenovania. Medzi často používané prvky patria napr. „baranie rošky“ alebo „srčko“, ktoré sa objavuje vo viacerých kombináciách ako „na srcá“, „na štiri srcá“. Azda najzložitejším motívom je kohút, ktorý je geometrizovaný z reálnej predlohy. [7]

2.4.3. Modrotlač

Modrotlač, na modro ručne farbená látka indigom, zdobená potláčaním vzorov. V európskej ale aj slovenskej histórii zohrala významnú úlohu. Nový a neprestajný záujem o modrotlač svedčí o jej užitočnosti aj dnes. Ľudové umenie nám dokazuje, aké bohatstvo je možné docieľiť jedinou farbou. Tkanina je potlačená negatívnymi vzormi, ktoré pôsobia výraznejšie a bohatšie než pri pozitívnej tlači. Ľudia vyťažili z modrotlače čo najviac. Je súčasťou jednoduchého ľudového odevu ale tiež využívaná v bytovej kultúre. Oceňovali ju najmä aj z dôvodu ochrany látky voči starnutiu a opotrebovaniu viac ako s pozitívnym vzorom na bielom podklade. Vzory sa otláčajú ručne pomocou drevených foriem s rezervou, ktorá pri následnom farbení látky bráni zafarbeniu vzorov. [4]



Obr. č. 14 Pranie zafarbeného plátna



Obr. č. 15 Detail modrotlačovej tkaniny

3. OBALOVÝ DESIGN

Dizajn obalu je súčasťou integrovanej značky, ktorého marketingová stratégia môže obsahovať rôzne marketingové iniciatívy vrátane propagácie, uvádzanie produktov na trh a reklamy. Návrh predstavuje kompletnú stratégiu plánovania obalu výrobku, ktorý funguje ako obal a zároveň propaguje značku, prezentuje informácie a stáva sa súčasťou značky. Dizajner musí byť informovaný s radom stavebných a technických faktoroch, ďalej o materiáloch a ich vlastností, v závislosti od produktu, pre ktorý obal navrhuje. Je všadeprítomný, denne sa stretávame so stovkami obalov okolo nás, ktoré si ani nevšímame. Vyniknúť medzi konkurenciou je preto čoraz ťažšie. Ľudia si často vyberajú produkty podľa atraktivity obalu, vizuálu a nie podľa jej skutočnej hodnoty. Správne a kreatívne navrhnutý obal je to, čo v konečnom dôsledku produkt predáva. Predaj tiež ovplyvňuje jeho propagácia, individuálny stav mysle, lojalita značky, kvalita, hodnota. Okrem propagácie značky, balenie musí byť funkčné, prvoradou funkciou obalu je produkt chrániť. Dobre navrhnutý obal môže spotrebiteľovi uľahčiť používanie, čím zvýši jeho lojalitu k značke. Naopak zle navrhnutý dokáže spotrebiteľa len rozčúliť, produkt si opätovne nekúpi. Obal je najdôležitejším marketingovým nástrojom na súčasnom konkurenčnom trhu s potravinami a nápojmi.

3.1. Funkcia

Funkciu obalov možno rozdeliť do šiestich skupín: [9]

- Ochranná funkcia
- Manipulačná funkcia
- Informačná funkcia
- Propagačná funkcia
- Ekologická funkcia
- Ekonomická funkcia

3.1.1. Ochranná funkcia

Prvoradou funkciou obalu je chrániť výrobok. Obal chráni výrobok pred znehodnotením, predlžuje životnosť výrobku, chráni pred vonkajšími vplyvmi, mechanickými, chemickými, zabezpečuje hygienickú nezáväznosť. [9]

3.1.2. Informačná funkcia

Obal má spotrebiteľa čo najúplnejšie ale stručne informovať o výrobku. Najdôležitejšími informáciami sú zväčša: názov výrobku, dátum výroby a spotreby, cena, zloženie, hmotnosť, ochranná známka, návod na použitie alebo prípravu.

3.1.3. Propagačná funkcia

Obal je reklamným prostriedkom, ktorý upúta pozornosť spotrebiteľa, má záujem ovplyvniť kúpu výrobku. Rieši dizajn obalu, grafiku, jeho zrozumiteľnosť a funkčnosť, postupnosť informácií, čitateľnosť, stručnosť a výstižnosť. Obal môže slúžiť aj iným funkciám, ako je napríklad darčekové balenie daného produktu alebo kupón. [9]

3.1.4. Ekologická funkcia

Je potrebné brať do úvahy vplyv na životné prostredie. Dôležité je množstvo a predovšetkým zloženie. Možnosť použitia / opätovného použitia obalov eliminuje množstvo odpadu.

3.1.5. Ekonomická funkcia

Hodnota obalu je pomer k cene obalu a produktu, cieľom je čo najmenší pomer.

3.1.6. Manipulačná funkcia

Má za úlohu zjednodušiť manipuláciu pri preprave ale aj manipuláciu spotrebiteľovi.

3.2. Trendy

Trendy v dizajne obalov produktov odrážajú väčšie umelecké a kultúrne štýly, meniace sa vkusy a vzory spotrebiteľských výdavkov. Dizajn obalov ovplyvňuje nákupné správanie, dá sa definovať ako miesto, kde sa stretáva veda s umením. Napriek konceptu, že dizajn obalov je napokon, to čo vyhodím, odbočením od tradícií tzv. dizajnový výklenok vzniká množstvo produktov s najzaujímavejšími, presvedčivejšími a originálnymi návrhmi. V roku 2018 minimalizmus stále funguje, pribulo využívanie fotografií, koláže, nezvyčajné materiály a tvary, gradient, vintage štýl, veľké písmo či ručná kresba, ktorá pôsobí až detsky. Do popredia sa tiež dostanú perleťové, kovové materiály a holografické razenie fólií, ktoré akejkol'vek taške či krabičky dodajú pridanú hodnotu a eleganciu. [14]



Obr.č. 16 Ukážka trendov v obalovom dizajne

3.3. Obal potravín

Obaly na potraviny môžu spomaliť zhoršenie produktu, zachovať priaznivé účinky spracovania, predĺžiť trvanlivosť a udržať alebo zvýšiť kvalitu a bezpečnosť potravín. Pričom balenie poskytuje ochranu pred tromi hlavnými triedami vonkajších vplyvov: chemickými, biologickými a fyzikálnymi. Obsah obalu tiež poskytuje spotrebiteľské informácie o zložkách a výživových hodnotách, ktorý spĺňa požiadavky priemyslu a spotrebiteľskému dopytu.

3.3.1. Balenie čokolády

Čokoláda sa vyrába z kakaového masla, cukru, mlieka a ďalších zložiek, ktoré sa zmiešajú, zostávajú však relatívne v surovej forme. Čokoládová hmota je preto krehká a citlivá na rôzne prostredie, preto je potrebný obal na ochranu pred vonkajšími vplyvmi. Je nevyhnutné zabrániť deformácii tvaru, ktorá môže byť spôsobená vlhkosťou alebo zmenami teploty. Hlavná zložka, kakaové maslo, má určitý zápach, ktorý je potrebný uchovať. V dôsledku toho musí byť obal na čokoládu vyrobený z nepriepustného materiálu. Primárny obal by preto mal byť odolný voči životnému prostrediu, udržiavať nepriepustnosť a UV bariéru. Na trhu sa objavujú niekoľko typov obalov: plastové a kombinácia hliníka s papierom.

Vhodné materiály pre balenie čokolád:

- Mäkký papier a hliníková fólia
- Tvrdý papier a hliníková fólia
- Plastový obal
- Voskovaný papier

Výhodou plastových obalov je nízka hmotnosť, možnosť navrhnutia a prispôsobenie ku konkrétnemu produktu pri lacnej cene. Syntetické polyméry však vyžadujú separáciu pri recyklácii, ktorá spôsobuje problémy s vyhadzovaním a odpadom.

Laminácia je bežný proces pri výrobe obalu potravín, hliník zlepšuje vlastnosti priepustnosti materiálu. Oceľové materiály sú 100% recyklovateľné, môžu byť roztavené a opäť opracované bez akéhokoľvek poklesu predchádzajúcich funkcií na rozdiel od papiera. Ďalšou veľkou výhodou hliníka je jeho pevnosť, avšak v prípade obalu na čokolády je vrstva hliníku príliš tenká, čo môže spôsobiť ľahké poškodenie produktu. Hliníková fólia sa bežne kombinuje s papierovými a lepenkovými materiálmi, poskytuje tak dostatočnú bariéru, čím sa zvyšuje trvanlivosť výrobkov. Papier je ideálny materiál pre tlač, atrament je ľahko absorbovaný vláknami. Je ultraľahký a lacný na výrobu. Nevýhoda papiera spočíva v nedostatočnej ochrane, jeho štruktúra sa mení v závislosti vlhkosti.

Voskovaný papier sa môže vyrábať buď z rastlinných olejov alebo z minerálnych látok. Obe dva typy sú vhodné na balenie potravín. Často je voskový papier potiahnutý parafínom alebo sa kombinuje s inými materiálmi na zlepšenie vlastností. Voskový papier je pružnejší ako bežný, chráni ho pred rozkladom, zvyšuje silu balenia, zabezpečuje tukovú bariéru, preto sa často používa na balenie čokolád z vnútornej vrstvy. Musí byť dobre zabezpečená, pre dostatočnú bariéru voči vlhkosti. [22]

3.3.2. Balenie syrových výrobkov

Parené syrové výrobky sú balené do vreciek z plastovej fólie, mikroténové vrecká HDPE, vákuové vrecká PA/PE v štruktúre 20/60 um alebo do iných plastových fólii, ktoré sú vhodné na balenie mliečnych výrobkov a sú schválené rozhodnutím MZ SR. Skladovanie v chlade do 6°C.

Pri zachovaní podmienok skladovania je nasledovná doba spotreby:

- Balenie syrových výrobkov neúdených aj údených v mikroténe 14 dní od dátumu výroby
- Vákuové balenie neúdené výrobky 21 dní od dátumu výroby
- Syrové výrobky údené vákuové balenie 30 dní od dátumu výroby

Na etiketách označujících výrobkov korbáčikov musí byť: [16]

- Zvýraznený názov výrobku „Oravský korbáčik“
- Uvedený druh údený alebo neúdený
- Uvedené „chránené zemepisné označenie“ a symbol Európskeho spoločenstva
- Zloženie
- Množstvo, hmotnosť
- Údaje, ktoré stanovuje výnos MP SR a MZ SR č. 1187/2004 100 o označovaní potravín

4. MATERIÁLY

Návrh obalu a konštrukcia zohrávajú významnú úlohu pri určovaní trvanlivosti potravinového výrobku. Správny výber obalových materiálov a technológií udržuje kvalitu a čerstvosť produktu počas distribúcie a skladovania. Materiály, ktoré sa tradične používajú v obaloch potravín, zahŕňajú sklo, kovy (hliník, fólie a lamináty, tabuľu z plechu a bezolovnatú oceľ), papier, lepenky a plasty. Napriek tomu došlo k pokroku v inovatívnych a ekologických obalových materiáloch. Dizajn obalu sa neustále vyvíja, nové expertízy sa snažia znížiť náklady, zvýšiť produktivitu, vzniká aj zodpovednosť za životné prostredie prostredníctvom zníženého alebo vylepšeného balenia. Neobvyklé materiály a tvary v dizajne obalov automaticky upútajú pozornosť. Môžu odkazovať na kontext výrobku. Napríklad šťava v škatuliach, ktorá má štruktúrovaný povrch, hovorí čerstvá alebo prírodná. [13]

4.1. Papier

Papier a lepenka sú najčastejšie používané obalové materiály na svete. Používa sa široká škála papierov a lepeniek, od ľahkého tkaniva na vrecká čaju alebo kávy až na lepenky s vysokou životnosťou používané v distribúciách. Výrobky papiera a lepenky môžu byť vyrobené v širokom rozsahu gramáže a hrúbky. Modifikovaním vlákna pri výrobe môžeme dostať širokú škálu druhov papiera, bielených a nebielených vlákien, farbené a recyklované. Povrchová úprava (vzhľad) sa môže meniť mechanicky. Pridanými aditívami v štádiu príprave papiera môžeme meniť jeho vlastnosti ako lesk, hladkosť, belosť, savosť, farbu, opacitu, povrchovú pevnosť. Posledné úpravy a zlepšenie kvality dosiahneme zošľachtovaním alebo kalandrovaním. [11]

- Podľa plošnej hmotnosti papier delíme na:
 - a. papier s plošnou hmotnosťou do 170g/m^2
 - b. kartón $170\text{--}250\text{g/m}^2$
 - c. lepenka nad 600g/m^2

4.1.1. Druhy papierov používané v obalovom dizajne

Kraftový papier

Vyrobený zo sulfátovej celulózy dlhých vlákien. Je najpoužívanejší v obalovom dizajne pre vysokú pevnosť v plošnej hmotnosti. Nebielený kraft je najsilnejší a najekonomickejší

typ papiera. Používa sa v nepotiahnutej forme pri výrobe vlnitej napr. pre plechovky a iné. Môže byť potiahnutý alebo laminovaný pre zlepšenie vlastností a dodatočnú pevnosť. [12]

Bielený papier

Využívaný ako baliaci papier. Vysoká výdatnosť vďaka nízkej plošnosti, ekologický, bezprašný. Povrch papiera je mierne lesklý, jeho bielosť zvyšuje kvalitu tlače a estetický vzhľad. [12]

Parafínový papier

Sulfátový papier, kedy sa vosk pridáva do jednej alebo oboch strán papiera počas sušenia. Chráni voči vlhkosti, má dobré mechanické vlastnosti, bráni preniknutiu tepla. [12]

Pergamenový papier

Tiež na pečenie. Často sa pletie s parafínovým papierom. Vyrába sa namáčaním v kyseline sírovej, kde sa povrch papiera napučíava a čiastočne rozpustí celulózoové vlákna. Čím vzniká papier s dobrou pevnosťou za mokra, je bez zápachu a chuti. Používa sa na balenie syra. [12]

Obaly na báze hliníku

Al fólie dezénové a lamináty, používané pre balenie čokolád. Chránia produkt voči vonkajším vplyvom ako slnko, vlhkosť, vzduch, uchovávajú arómu. [12]

Lepenka

Lepenku možno rozlišovať podľa hrúbky a hmotnosti materiálu. Hrúbka lepenky je väčšia ako 300 μ m alebo hmotnosť presahuje 250g/m². Vyrábajú sa rôzne typy lepenky:

- hladká lepenka, silný papier od 250g/m², vzniká zlisovaním niekoľko vrstiev za mokra
- vlnitá lepenka
- strojové lepenky, od 500g/m², lepenky najhoršej kvality, vyrábajú sa z papierového odpadu pod tlakom a parou
- skladačkové lepenky, od 200g/m² do 500g/m², kvalitné, určené pre potlač
- knihárske lepenky, od 700g/m², je ľahčená medzi vláknami celulózy je vzduch, používa sa na výrobu knižnej väzby, luxusných krabíc, vzorkovníkov...

Karton

Kartóny používané pri obale sa vyrábajú z lepenky, majú zväčšia hrúbku medzi 300 až 1100 mm. Dajú sa dobre skladať, rezať a zložiť do požadovaného tvaru. Ak je požadované vylepšenie funkcie, kartón je možno potiahnuť alebo laminovať. Vosková laminácia poskytuje odolnosť proti vlhkosti, PE laminácia tepelnú odolnosť a vlhkosť, povlaky na vonkajšej strane zabezpečujú lepšie vlastnosti vzhľadu a kvality tlače. Lisované kartóny na buničinu môžu byť laminované tepelne odolnými plastmi, ako je PET, ktoré poskytujú funkčnosť, vhodné na použitie napr. do mikrovlnnej rúry. [12]

4.2. Grafické techniky spracovania papiera

4.2.1. Tlač z výšky

Flexotlač, kníhtlač. Reliéfna tlačová forma, tlačia sa vyvýšené miesta na tlačovej forme. Najstaršia tlačiarska technika. [15]

4.2.2. Tlač z plochy

Ofset a litografia, tlačené aj netlačené prvky sú na povrchu tlačovej formy v jednej rovine, bez reliéfu, pričom sa využíva vzájomné odpudzovanie vody a mastnej farby. Jedná sa o mokrý ofset, je najrozšírenejšou technikou tlače pri výrobe spotrebiteľských kartonážnych

obalov a pri polepovaní vlnitej lepenky. Výhodou voči iným spôsobom tlače je rýchla a ekonomická príprava. Obdobou mokrého ofsetu je reliéfny alebo suchý ofset, používa tlačové platne s obrazom leptaným do výšky podobne ako pri kníhtlači. [15, 21]

4.2.3. Tlač z hĺbky

Patrí tu oceľoryt, lept, suchá ihla, rytina. Tlačia sa vyhlbené, vryté alebo vyleptané miesta na tlačovej forme. Používa sa pri potreba veľkého množstva kusov, hĺbkotlačová forma vydrží väčší počet odťahov. Výroba je zdĺhavá a drahá. Nevhodná na tlač písma a malých detailov. [15]

4.2.4. Tlač cez sito

Preťah, sieťotlač. Miesta, ktoré sú nepotlačené sú kryté nepriepustnou šablónou na sieťovine. Patrí tu serigrafia /grafická sieťotlač/. Technická sieťotlač, textilná a špeciálna sieťotlač. Široká škála potlačaných materiálov, všetkými farbami. [15]

4.2.5. Dokončovacie spracovanie

Špeciálne povlaky a dokončovacie techniky dodávajú obalu ochrannú a vizuálnu atraktivitu. Patrí tu rezanie, skladanie, digitálny výsek, rezanie laserom, reliéfna tlač, dierovanie papiera, slepotlač alebo ražba /technika reliéfnej ražby do materiálu/, parciálna tlač alebo lakovanie.

Ražba je proces, pri ktorom sa kovová matrica obsahujúca návrh pretlačí do papiera, čím návrh reliéfne vystúpi.

Skladaním, rezaním, ohýbaním papiera vytvoríme trojrozmerné tvary a štruktúry. Pri práci s papierom treba chápať komplexné vlastností a štruktúry papiera vrátane pevnosti v ťahu a smeru vlákien.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5. Koncept

Cieľom bakalárskej práce je vytvorenie sady obalov pre suveníry reprezentujúce Slovensko. zaštitené novovytvorenou značkou.

Kritéria sú nasledovné: jednoduchosť, nápaditosť, hravosť, tradície, nadčasovosť, dôraz na detail

Pri výbere produktov som sa snažila ukázať zo Slovenska to, čo pokladám za najhodnotnejšie a to je príroda, hrady, gastronómia, folklórne tradície. Až 77,4% územia Slovenska pokrýva horská oblasť, nachádza sa tu cez 600 hradov, zámkov a kaštieľov, okolo 6200 jaskýň, z toho je 18 sprístupnených. Ochutnávka tradičnej kuchyne je z turistického hľadiska rovnako atraktívna ako poznanie miest krajiny.

Suveníry v podobe potraviny sú obľúbené, najčastejšie ale odrádza, že po zjedení nezostáva žiadna pamiatka, tieto obaly splňujú obidve funkcie.

Sadu slovenských suvenírov „Do ruky aj do huby“, tvoria tri produkty. Hlavnou myšlienkou je produkt, na ktorom sa dá pochutnať a poznať tak slovenskú gastronómiu pričom ostáva pamiatka v podobe drobného darčeka. Klasická kombinácia tvorí niečo slané, sladké a na pitie. Každý z troch obalov prezentuje kus Slovenska, odkazuje na hory, hrady a folklór. Prepája ľudové umenie, turistické miesta, gastronómiu a súčasný dizajn.

Cieľovú skupiny tvorí tuzemský a zahraničný turista. Suveníry sú tiež určené pre miestnych zákazníkov, ktorí hľadajú vhodný darček do zahraničia s odkazom na Slovensko.

6. PROBLEMATIKA

Folklór sa dostával do úzadia, donedávna bol negatívne vnímaný ako jednoduchý štýl života a zaostalosti. Rýchla doba, v ktorej žijeme má na svedomí vytrácanie ručnej, kvalitnej no pomalej výroby. Dnes sa však opätovne dostáva do povedomia a je chápaný ako kultúrne dedičstvo. Čoraz viac ľudí začína vyhľadávať kvalitnejšiu ponuku, podporujú lokálnych predajcov, preferujú kvalitu a tradičné techniky, oživujú remeslá a poctivosť.

Napriek nárastu súčasných značiek a startupov je značná medzera napríklad vo výbere základného suveníru a to je čokoláda. Jediná značka s vkusným obalom na čokoládu prezentujúca Slovensko, ktorú sa mi podarilo nájsť je od už spomínanej značky Lyra.



Obr.č. 17, 18, 19, 20 Ukážka obalov čokolád reprezentujúcich Slovensko



Obr.č. 21 Ukážka obalu značky Lyra

Korbáčiky zakúpené priamo na salaši sú balené do vreciek z plastovej fólie označené etiketou s povinnými informáciami o produkte, nerieši sa estetická stránka obalu. Korbáčiky vo veľkoobchodoch dopĺňuje grafika, postrádajú však bližšie informácie ako pôvod a tradícia. Preto nie sú vhodným suvenírovým balením.



Obr.č. 22, 23, 24, 25 Ukážka obalov na korbáčiky od veľkoobchodníkov



Obr.č. 26, 27 Ukážka obalov na korbáčiky z miestnych salašov

Pijačka sú najčastejšie predávané bez obalu, prípadne v jednoduchej krabičke bez akýchkoľvek informácií.



Obr.č. 27, 28, 29 Ukážka obalov pre pijačky

7. ZNAČKA

Novovytvorená značka propaguje slovenské produkty a miesta samotné, oživa tradície a prepája ich so súčasným dizajnom.

7.1. Vizualný štýl

Vývoj vizuálneho štýlu je inšpirovaný rôznymi aspektami vždy však s uplatnením folklórnych prvkov. Tlačové a farebné skúšky aplikované sieťotlačou, zachytávajú ľudové tradície v podobe folklórnych súborov konkrétne tanečníkov v kroji. Využitie ornamentu techniky modrotlače, ktorý najčastejšie využíva otláčanie rovnakých amorfných motívov.



Obr.č. 30 Ukážky sieťotlače



Obr.č. 31 Ukážky sieťotlače

Inšpirácia čičmianskym ornamentom založená na zjednodušovaní geometrických línií sa stáva výsledným vizuálnym štýlom. Dobre sa ďalej vyvíja a aplikuje na širšiu škálu vzorov. Použité sú priamo čičmianske ornamente s dotvorením vlastných motívov v rovnakom lineárnom štýle. Ornament zohráva ideologické a estetickú rolu.



Obr.č. 32 Ukážky sieťotlače

7.2. Logotyp Srcko

Pri rešerši Slovenska a jeho histórie sa neustále objavuje symbol srdca. Jeden z mnoho geografických stredov Európy sa nachádza v Kremnici, z čoho je doposiaľ už zaužívané „Slovakia hearth of Europe“. Starých obchodníkov s korbáčikmi v Zázrivej prezývali srdciari. Srdce Slováků patří horám, na najvyššom dostupnom mieste, kde sa dá vyliezť bez turistického sprievodcu, Rysy 2 503,0 m n. m., je unikátom popri prírode samotnej najvyššie položená latrina s okienkom v tvare srdca a výhľadom na hory.



Obr.č. 33 Rysy

Folkový čičmiansky symbol nazývaný srčko a jeho následná modifikácia tvorí výsledný symbol logotypu. Zdvojené srdce evokuje pomyselnú siluetu hôr. Ponechaný je aj samotný názov „srčko“ zdobnenina srdca v staroslovenčine, pretože sa jedná o tradičný slovenský produkt. Zdobneniny sú zároveň typickým znakom slovenského jazyka, ktorý sa často používa na zvýšenú emocionálnu konotáciu.



Obr.č. 34 Logytop Srcko

Snaha o jednoduchý, geometrický a ľahko zapamätateľný symbol Logotyp je možné použiť v obidvoch variantách ako samotný symbol alebo symbol s názvom.

Logotyp dopĺňa piktogram „Slovakia hearth of Europe“, kde na miesto „heart“ sa nachádza jedno srdce inak zdvojeného srdca v logotype. Pri výbere vhodného typu fontu dopĺňujúce logo prebehlo mnoho skúšok, nakoniec som zvolila minimalistický sanserifový font Qu-estrial.



Obr.č. 35 piktogram Srcko

7.3. Farebnosť

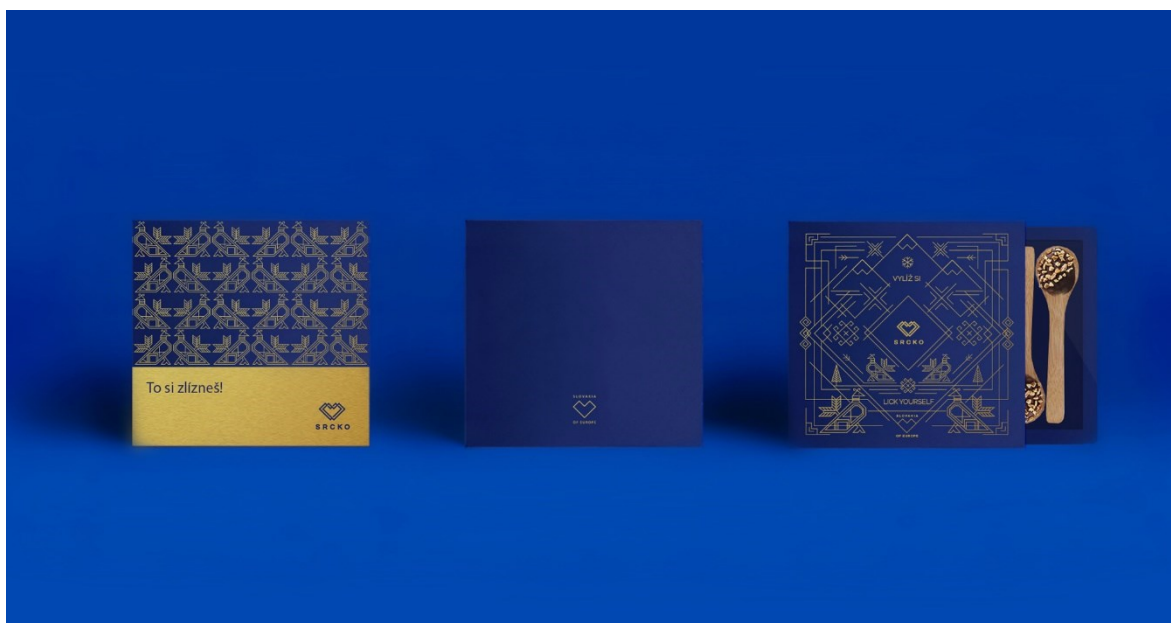
Spektrum farieb zastupujú národné farby. Dominantná je modrá a biela farba, doplnkovou farbou je červená.

8. SET SUVENÍROV

8.1. Obal „Vylíž si“

Obal „Vylíž si“ je vyrobený pre drevené lyžičky s čokoládovou náplňou a čučoriedkami. Prezentuje folkovú dedinku Čičmany, ktorej podobu nenájdeme nikde inde vo svete ale ani na Slovensku. Drevené lyžičky odkazujú na tradičné ľudové remeslo – rezbárstvo. Čučoriedka je považované za jedno z najkrajších slovenských.

Finálna podoba obalu prešla dlhým vývojom. Spočiatku sa skladal z dvoch častí, vo vnútornej časti sú uložené lyžičky, je opticky odkrytá, z praktických a hygienických dôvodov je chránená priehľadnou fóliou. Celé to pokrýva vrchný obal s grafikou, ktorý produkt ukrýva, dá sa však vysunúť a tak nahliadnuť dovnútra pre pochopenie dvojzmyslu vylíž si bez toho, aby sa produkt rozbalil.

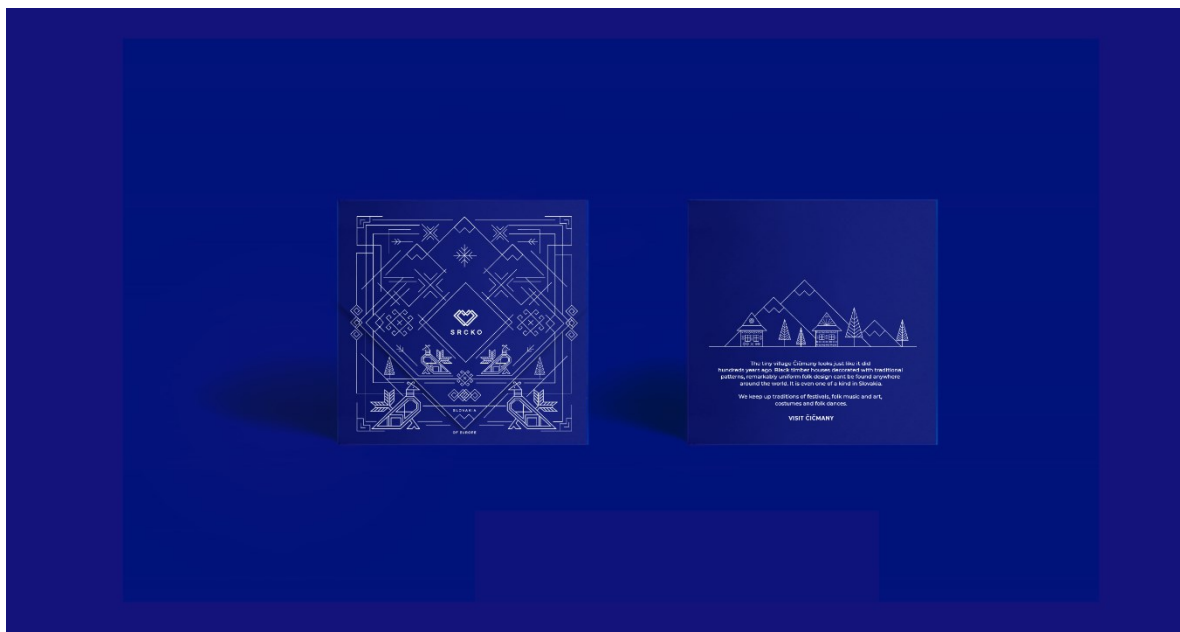


Obr.č. 36 Prvotný návrh obalu „Vylíž si“

V ďalších návrhoch som sa snažila minimalizovať obal len na jednu časť. Na bočných stranách výslednej podoby obalu sú zárezy na fixáciu lyžičiek a zabráneniu pohybu, zvyšné dve obal uzatvárajú pomocou zámku.

Systém uzatvárania obalu pomocou zámku tvoria trojuholníkové výrezy na oboch protiľahlých stranách. Tie následne do seba zapadajú a vytvoria tak tvar kosoštvorca. V mieste vzniknutého kosoštvorca je navýšený papier s logotypom, reliéfna časť následne obal zapečatí, zároveň je to jediný lepený spoj. Obal je možné opätovne uzavrieť.

Rodina obalov je v dvoch farebných variantách: modré prevedenie s bielou grafikou je určená pre lyžičky s horkou čokoládou a čučuriedkami. Biela s modrou grafikou pre mliečnu čokoládu s čučuriedkami. Vnútorňa časť obalov je červená pre podtrhnutie, zvýraznenie produktu.



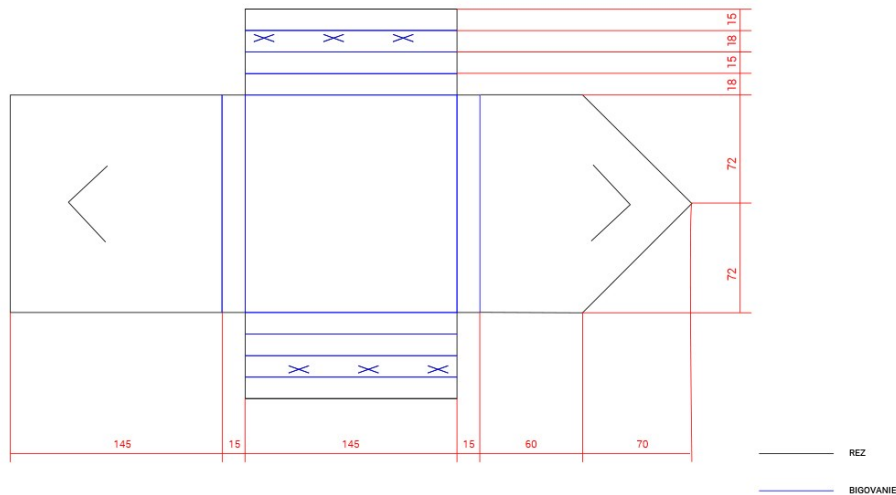
Obr.č. 37 Finálny návrh obalu „Vylíž si“



Obr.č. 38 Vnútro obalu „Vylíž si“

Materiál: papier 200 g/m² s povrchovou úpravou laminácie.

Veľkosť obalu v zloženom prevedení: 15x15 cm



Obr.č. 39 Rozloženie a rozmery obalu „Vylíž si“

8.2. Obal „Vypi si“

Obal „Vypi si“ zahrňuje Slovenský destilát, v prvom tvare slovenského pohárika na liehoviny nazývaný „pijačka“, obalovaný v koži so šnúrkou okolo krku. V minulosti sa využívali predovšetkým na domáce ovocné destiláty. Obal s pijačkou odkazuje na horské túry, alkoholom sa v chladných horách zahrievali už naši starí otcovia. V dvoch farebných variantách sa nachádza Tatranský čaj a borovička.

Prvý návrh ma tvar kvádra, pričom trojuholníkový výrez symbolizuje tvar hory, v ktorom možno pijačku vidieť. Udržateľnosť pijačky v obale bola však slabá.

Finálny návrh s trojuholníkovým pôdorysom a zmenšeným horizontálne obráteným trojuholníkom na vrchnej strane vytvára tvar pripomínajúci hory. Smerom nahor sa zužuje, čím vymedzuje voľný priestor pohárika. Diagonálne výrezy odkrývajú pijačku. Obal je lepený po strane, uzatvára sa už spomínaným zámkom.

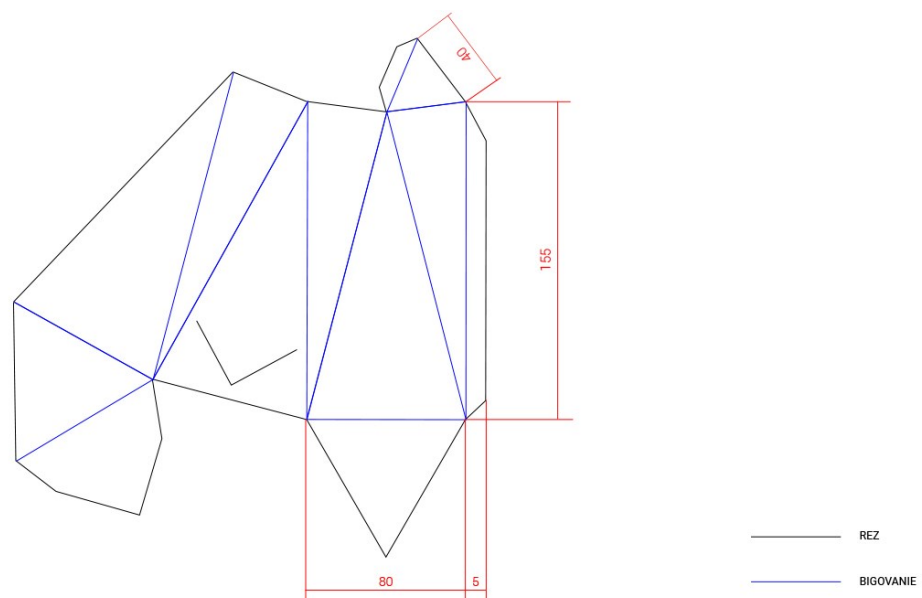


Obr.č. 40 Obal „Vypi si“

Rodina obalov je v dvoch farebných variantách: modré prevedenie s bielou grafikou ukrýva pijačku s Tatranským čajom. Biela s modrou grafikou zas pijačku s borovičkou. Vnútorňá časť obalov je opäť červená pre zvýraznenie produktu.

Materiál: papier 200 g/m²

Veľkosť obalu v zloženom prevedení: 8x15 cm



Obr.č. 41 Rozloženie a rozmery obalu „Vypi si“

8.3. Obal „Zožer si“

Obal „Zožer si“ je vytvorený pre oravské korbáčiky zakúpené priamo na salaši, ktoré sú balené v plastových sáčkoch. Typický oravský produkt hovorí o histórii a zároveň poukazuje na dominantu Oravy, ktorou je Oravský hrad. Stálym suvenírom je vyšívaná folklórna stužka, ktorá odkazuje na kroje, predovšetkým jeho výšivku.

Pre malú dobu spotreby je obal navrhnutý ako plášť, ktorým ovinie originálny obal čím sa zo spotrebného obalu stáva darčkové balenie. Problematikou sa stáva zachytenie korbáčikov v obale a zabránenie ich vypadávaniu. Prvotný horizontálny návrh zachytáva a uzatvára obal pomocou prevliekania stužky.



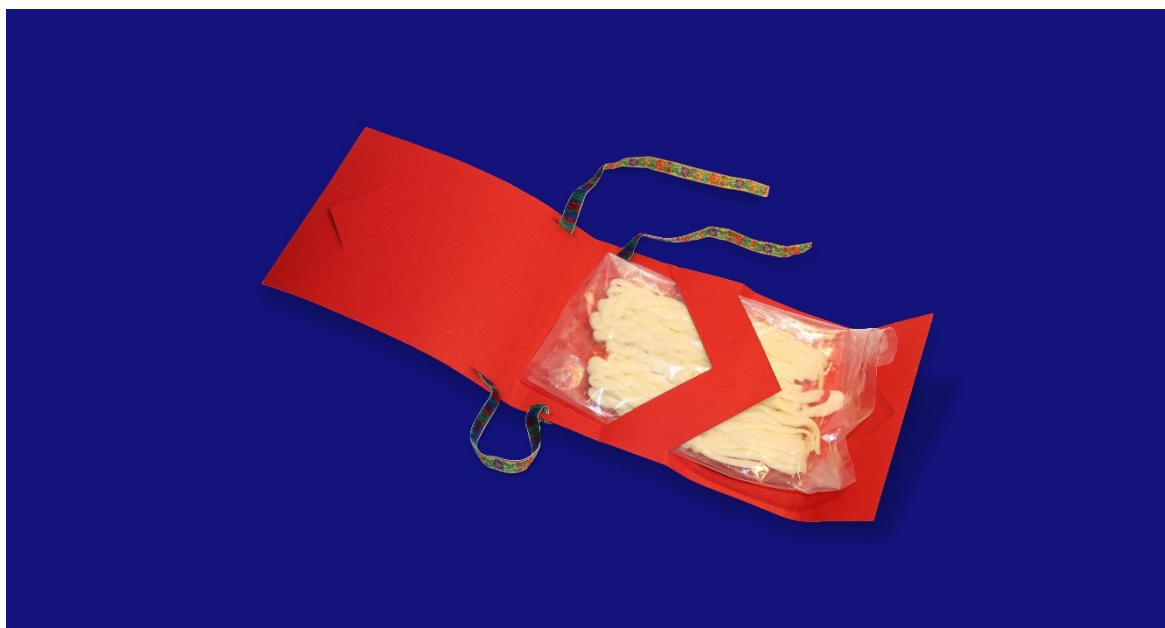
Obr.č. 42 Prvotný prototyp obalu „Zožer si“

Vo vertikálnej podobe je možné produkt upevniť za pomoci výrezu v ploche. Konečný tvar výrezu má podobu srdca, ktorý korešponduje s vizuálom značky. Obal je nelepený, uzatvára sa rovnakým systémom ako predchádzajúce obaly, na zadnej strane s piktogramom „Slovakia hearth of Europe“. Prevlečená stužka obal vizuálne doplňuje a zároveň zapečatuje.

Rodina obalov je opäť v dvoch farebných variantách: modré prevedenie s bielou grafikou zahrňuje neúdené korbáčiky. Biela s modrou grafikou údené korbáčiky. Vnútorňá časť obalov je vždy červená pre zvýraznenie produktu.



Obr.č. 43 Finálny obal „Zožer si“

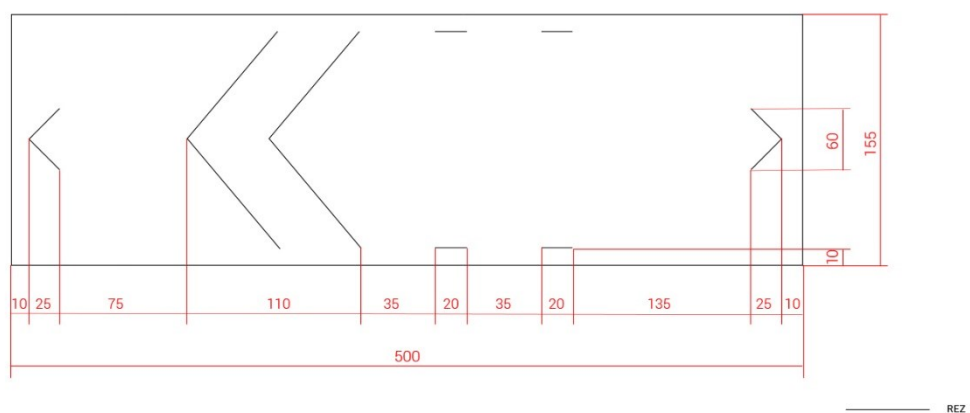


Obr.č. 44 Otvorený obal „Zožer si“

Veľkosť obalu v zloženom prevedení: 15x20 cm

Dĺžka stužky: 55 cm

Materiál: papier 200 g/m² s povrchovou úpravou laminácie.



Obr.č. 45 Rozloženie a rozmery obalu „Zožer si“

ZÁVĚR

V závěre by som rada zhrnula svoju prácu a následné výsledky. Cieľom práce bolo nájsť vhodné suveníry reprezentujúce Slovensko, ponúknuť atypické a originálne tvaroslovie. Navrhnuť set obalov zaštitených pod novovytvorenou značkou s folklórnym zameraním.

Téma som si zvolila kôli nedostatočnej ponuke na trhu, čo je výhodou, moja práca sa stáva takmer bezkonkurenčnou.

Poznatky nadobudnuté v teoretickej časti, mi pomohli pri vytvorení značky so silným motívom, nájdeniu vhodným suvenírov a návrhom obalov samotných.

Mojím zámerom bolo znovu oživenie tradícií, ktoré sa vytrácajú a priniesť ich opäť do súčasného sveta v modernom dizajne.

Výsledkom práce je značka s názvom Srcko, ktorá propaguje slovenské produkty a miesta samotné. Suvenírový set je kombináciou sladkého, slaného a niečoho dobrého na zapitie, prepája ľudové umenie, turistické miesta, gastronómiu a súčasný dizajn.

Na vývoji identity značky a produkte som strávila necelý rok a stále mám potrebu na tom pracovať, našťastie táto práca má svoj deadline, inak by som na tom pracovala kludne ďalší rok.

V budúcnosti sa dá rozšíriť sortiment ďalších slovenských suvenírov a darčekových balení pod touto značkou.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [4] AIREY, D. Logo nápada, návrh, realizace. Brno: Computer Press, a.s., 2010. ISBN 978-80-251-3151-0
- [2] Ambrose, G., Harris P. Designové myšlení. Brno: Computer Press, a.s., 2011. ISBN 978-80-251-3245-6
- [3] COATES, K., ELLISON, A. An introduction to Information Design. London: Laurence King Publishing Ltd, 2014. ISBN 978-1-78067-338-7
- [4] VYDRA, J. Ludová modrotlač na Slovensku. Bratislava: Tvar, výtvarné nakladatel'stvo, 1954.
- [5] BERAN, V. a kolektiv. Typografický manuál. Praha: Kafka Design, 1999.
- [6] KOLESÁR, Z. Kapitoly z dějin designu. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2004. ISBN 8086863034
- [7] SIMONOVÁ, N. Abeceda inspirovaná čičmianskymi ľudovými vzormi. Brno, 2013
https://is.muni.cz/th/324625/fi_m/DP.pdf
- [8] MAJTAN, V., ŠTANCELOVÁ, Z. Zásady ochrany pamiatkovej rezervácie Čičmany. www.pamiatky.sk
- [9] Funkcie obalov a ozačovanie obalov. www.euroekonom.sk
- [10] Slovenský folklór. www.slovakia.com/sk/folklor/
- [11] COLES R., MCDOWELL D., KIRWAN M. Food Packaging Technology
<http://197.14.51.10:81/pmb/AGROALIMENTAIRE/food-packaging-technology-sheffield-packaging-technology.9780849397882.43239.pdf>
- [12] SHIN, J., SELKE, S. Food Packaging Joongmin.
<http://nfscfaculty.tamu.edu/talcott/courses/FSTC311/Textbook/11-Chapter%2011%20Food%20Packaging.pdf>
- [13] MARSH, K., Ph.D., BUGUSU, B., Ph.D. Food Packaging —Roles, Materials, and Environmental Issues. www.ift.org
- [14] WEBBER, P., LUPUS M. Biggest trends in product packaging design for 2018
<https://www.creativebloq.com/features/packaging-design-trends-2018>

- [15] ŠOFFOVÁ, A. Tlačové techniky. 2015.
<http://www.suvke.sk/mvppv/technologie-propagacna-grafika/27%20tla-cove%20techniky.pdf>
- [16] Oravský korbáčik. NARIADENIE RADY (ES) č. 510/2006
https://www.indprop.gov.sk/swift_data/source/pdf/specifikacie_op_oz/oravsky_korbacik.pdf
- [17] HISTÓRIA GEOGRAFIA. <http://www.orava.sk/historia-geografia>
- [18] POVEŠŤ O VZNIKU ORAVSKÉHO HRADU
<http://niesomdoma.eu/co-sa-oplati-vidiet/co-sa-oplati-vidiet-na-slovensku/naj-krajsie-hrady-a-zamky-na-slovensku/oravsky-hrad/povest-o-vzniku-oravskeho-hradu/>
- [19] ŠOFFOVÁ, A. Oravský hrad – klenot medzi slovenskými hradmi. 2016.
<http://www.planetslovakia.sk/pamiatky/150-oravsky-hrad>
- [20] NIŽŇANSKÝ, V. Horské sídla Slovenska. 2009.
http://www.komunal.eu/images/pdf/08_Horske_sidla_Slovenska.pdf
- [21] DONÁT, A. A KOLEKTÍV. Papierenské obalové prostriedky. Bratislava: Alfa 1980
- [22] SEDLECEKOVA, Z. Food Packaging Materials. 2017.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/137194/Sedlacekova_Zuzana.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [23] SRNKOVÁ, M. Naše Slovensko. FONI book s.r.o., 2015. ISBN 978-80-89637-30-0
- [24] SLOVENSKÉ ZNAČKY <https://www.startitup.sk/tag/slovenske-znacky/>
- [25] SLOVENSKÁ GASTRONÓMIA <http://slovakia.travel/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

HDPE Polyethylen s vysokou hustotou

MP SR Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR

MZ SR Ministerstvo zdravotníctva Slovenskej republiky

PVC Polyvinylchlorid, umelý materiál

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr.č. 1 Ukážka solárnych panelov v podobe modranskej keramiky: <https://www.startitup.sk/local-slovensky-startup-nice-visions-navrhujesolarnepanelyvstylemodranskejkeramiky/>

Obr.č. 2 Ukážky produktov značky Pekne: <https://www.startitup.sk/local-manzelsky-par-z-cicmian-svojou-znackou-vracia-lesk-tradicnym-ludovym-vzorom>

Obr.č. 3 Drevené lyže Forest Skis: <facebook.com/forestskis.slovakia>

Obr.č. 4 Ukážky ponožiek Fusakle: <https://www.fusakle.sk/vsetko/tatry.html>

Obr.č. 5 Čokoláda Lyra: <https://www.startitup.sk/tato-rucne-vyrabana-slovenska-cokolada-sa-kvalitou-vyrovna-tym-najlepsim-svete/>

Obr.č.6 Tatranský čaj: <http://www.designmag.cz/produkty/13444-tatransky-caj-dostal-novy-obal-a-nazev-tatratea.html>

Obr.č. 7 Ukážky ľudove: <http://www.startitup.sk/startup-z-polska-posuva-dizajnovanie-beznych-krabic-na-novy-level-uz-teraz-ma-klientelu-svetoveho-rangu/>

Obr.č. 8 Riga Black Balsam: <http://www.brandbox.lv/en/>

Obr.č. 9 Obal pre Sicílske Torroni: <http://happycentro.it/>

Obr.č. 10 Oravský hrad: <http://www.naoravedobre.sk/aktivity/oravsky-hrad-krizovatka-cest-7/>

Obr.č. 11 Ľudové tance: <http://www.sosbb.sk/galerie2014/ffs/ffs.html>

Obr.č. 12 Ukážky ľudovej architektury v Čičmanoch. [8]

Obr. č. 13 Čičmianske motívy a ich názov [7]

Obr. č. 14 Pranie zafarbeného plátna [4]

Obr. č. 15 Detail mdrotlačovej tkaniny [4]

Obr. č. 16 Ukážka trendov v obaloovom dizajne [14]

Obr.č. 17 Ukážka obalov čokolád reprezentujúcich Slovensko: <https://www.sashe.sk/ChocoBrand/detail/cokolada-vysoke-tatry>

Obr.č. 18 Ukážka obalov čokolád reprezentujúcich Slovensko: <http://tolle.sk/site/productdetail/277>

Obr.č. 19 Ukážka obalov čokolád reprezentujúcich Slovensko: <http://www.alphatraz.cz/produkt/1252/horka-cokolada-bratislava>

Obr.č. 20 Ukážka obalov čokolád reprezentujúcich Slovensko: <http://www.carla.sk/Slovensko-cokolada-horka-70-d41.htm>

Obr.č. 21 Ukážka obalu značky Lyra: <https://www.lyrachocolate.com/>

Obr.č. 22 Ukážka obalov na korbáčiky od veľkoobchodníkov: <https://sortiment.makro.cz/cs/ff-korbaciky-neuzene-10x60g/102191p/>

Obr.č. 23 Ukážka obalov na korbáčiky od veľkoobchodníkov: <https://www.nasliptov.sk/vyroby/hrave-korbaciky-udene/>

Obr.č. 24 Ukážka obalov na korbáčiky od veľkoobchodníkov: <https://potravinydomov.itesco.sk/groceries/sk-SK/products/2002016563126>

Obr.č. 25 Ukážka obalov na korbáčiky od veľkoobchodníkov: <http://www.agrofarma.sk/pa-rene-syry/gazdovske-korbaciky-udene-1/>

Obr.č. 26 Ukážka obalov na korbáčiky z miestnych salašov: <http://www.extrabazar.sk/inzerat/7576/predam-syrove-nite-korbace>

Obr.č. 27 Ukážka obalov na korbáčiky z miestnych salašov: <https://www.syrove-torty.eu/syrove-nite-420-g-neudene>

Obr.č. 27 Ukážka obalov pre pijačky: <http://www.slovenske-suvieniry.sk/index.php?page=vyrobky-zo-skla>

Obr.č. 28 Ukážka obalov pre pijačky: <http://www.slovenske-suvieniry.sk/index.php?page=darcekove-kazety-a-sety>

Obr.č. 29 Ukážka obalov pre pijačky: <https://www.elpos-domacnost.cz/sada-2x-pijacka-s-motivem/>

Obr.č. 30 Ukážky sieťotlače: vlastný zdroj

Obr.č. 31 Ukážky sieťotlače: vlastný zdroj

Obr.č. 32 Ukážky sieťotlače: vlastný zdroj

Obr.č. 33 Rysy: <https://www.startitup.sk/najvyssie-polozena-latrina-na-slovensku-je-turistickou-bombou-na-vstup-sa-caka-v-radoch/>

Obr.č. 34 Logytop Srcko: vlastný zdroj

Obr.č. 35 piktogram Srcko: vlastní zdroj

Obr.č. 36 Prvotný návrh obalu „Vylíž si“

Obr.č. 37 Finální návrh obalu „Vylíž si“

Obr.č. 38 Vnitro obalu „Vylíž si“

Obr.č. 39 Rozložení a rozmery obalu „Vylíž si“

Obr.č. 40 Obal „Vypi si“

Obr.č. 41 Rozložení a rozmery obalu „Vypi si“

Obr.č. 42 Prvotný prototyp obalu „Zožer si“

Obr.č. 43 Finální obal „Zožer si“

Obr.č. 44 Otvorený obal „Zožer si“

Obr.č. 45 Rozloženie a rozmery obalu „Zožer si“

PŘÍLOHA P I: NÁZEV PŘÍLOHY