

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Ústav umění a designu**

**Bakalářská práce**  
**Koncept obchodu s cukrovinkami**

**Barbora Oudesová**

**Plzeň 2013**

*Západočeská univerzita v Plzni*

## **Ústav umění a designu**

### **Oddělení designu**

Studijní program Design

Studijní obor Design - Produktový design

### **Bakalářská práce**

## **Koncept obchodu s cukrovinkami**

The Candy Shop Concept

**Barbora Oudesová**

Vedoucí práce: MgA. Zdeněk Veverka

Oddělení designu

Ústav umění a designu Západočeské univerzity  
v Plzni

**Plzeň 2012**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala zcela samostatně  
a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2013

.....

## **Poděkování:**

Děkuji vedoucímu mé bakalářské práce panu MgA. Zdeňkovi Veverkovi za podnětné rady, připomínky, za vstřícnost a hlavně trpělivost nejen během mé závěrečné práce, ale i po celou dobu studia.

Děkuji také panu Ing. Tomáši Křenkovi za doplňující konzultace ohledně materiálů. A v neposlední řadě patří mé velké díky rodině a přátelům, kteří mě vždy podporují.

# Obsah:

<b>1. MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE .....</b>	<b>- 1 -</b>
<b>2. TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY .....</b>	<b>- 4 -</b>
2.1 CANDY SHOPY VE SVĚTĚ .....	- 4 -
<b>3. CÍL PRÁCE .....</b>	<b>- 8 -</b>
<b>4. PROCES PŘÍPRAVY .....</b>	<b>- 9 -</b>
<b>5. PROCES TVORBY .....</b>	<b>- 11 -</b>
5.1 INSPIRACE .....	- 11 -
5.2 LOGO .....	- 11 -
5.3 PRODEJNÍ PULT .....	- 12 -
5.4 ZMRZLINOVÝ PULT .....	- 13 -
5.5 MALÝ PULT .....	- 14 -
5.6 PAPIROVÉ KELÍMKY .....	- 15 -
5.7 UZAVÍRACÍ ZAŘÍZENÍ NA KELÍMKY .....	- 16 -
5.8 ZÁSOBNÍKY NA BONBÓNY A DOPLŇKY .....	- 18 -
<b>6. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA .....</b>	<b>- 20 -</b>
6.1 ROZMĚRY .....	- 20 -
6.2 MATERIÁLY .....	- 20 -
<b>7. POPIS DÍLA .....</b>	<b>- 22 -</b>
<b>8. PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR .....</b>	<b>- 24 -</b>
<b>9. SILNÉ STRÁNKY .....</b>	<b>- 25 -</b>
<b>10. SLABÉ STRÁNKY .....</b>	<b>- 26 -</b>
<b>11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....</b>	<b>- 27 -</b>
A) KNIŽNÍ A PERIODICKÁ LITERATURA .....	- 27 -
B) INTERNETOVÉ ZDROJE .....	- 27 -
<b>12. RESUMÉ .....</b>	<b>- 28 -</b>
<b>13. SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>- 29 -</b>

## 1. Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

Dieter Rams jednou řekl: „Dobrý design je inovativní a činí výrobky použitelnými, nekopíruje stávající produktové formy, ani je nevylepší. Podstata oné inovace musí být jasně vidět ve všech funkcích výrobku.“<sup>1</sup> A s touto představou o kvalitním designu se plně ztotožňuji i já.

Ráda vytvářím nové, funkční a zajímavé věci. Vymýšlím si svět takový, jaký bych ho chtěla mít a snažím se ho propojit s tím, jak funguje.

Po celou dobu mého studia jsem při každém novém úkolu sbírala zkušenosti, naučila jsem se nahlížet na věci z různých úhlů pohledu, přemýšlet o problémech, které přinášejí jednotlivá řešení a snažila se všechny aspekty skloubit dohromady tak, aby vytvořily sourodý, fungující a pokud možno i neotřelý celek. Vytvořit dobrý design není nic jednoduchého a rozhodně na sobě chci ještě intenzivně pracovat. Nicméně jsem měla možnost navrhovat lampy, lanovky, kuchyňská vybavení, dětské hračky, flakony k parfémům, elektroniku či vybavení pro handicapované a z každé práce, z každého úkolu jsem si odnesla mnoho poznatků, které hodlám v budoucnu využít.

Myslím, že mám svůj vlastní styl a pohlížím na možnosti řešení svým ojedinělým způsobem. To ale neznamená, že se mi pokaždé podařilo vytvořit '*dobrý design*'.

Za zmínku ale určitě stojí má svítidla pro motoristy, kterou jsme navrhovali na konci 1. ročníku. Svítidlo jsem specifikovala pro

---

<sup>1</sup> Přeloženo z anglického jazyka, zdroj: <http://www.inspireux.com/category/quotes/dieter-rams/>

jednostopá vozidla a zde se mi snad opravdu povedlo skloubit design a inovaci, posunout hranice běžných svítlen určených pro cestování na motorce.

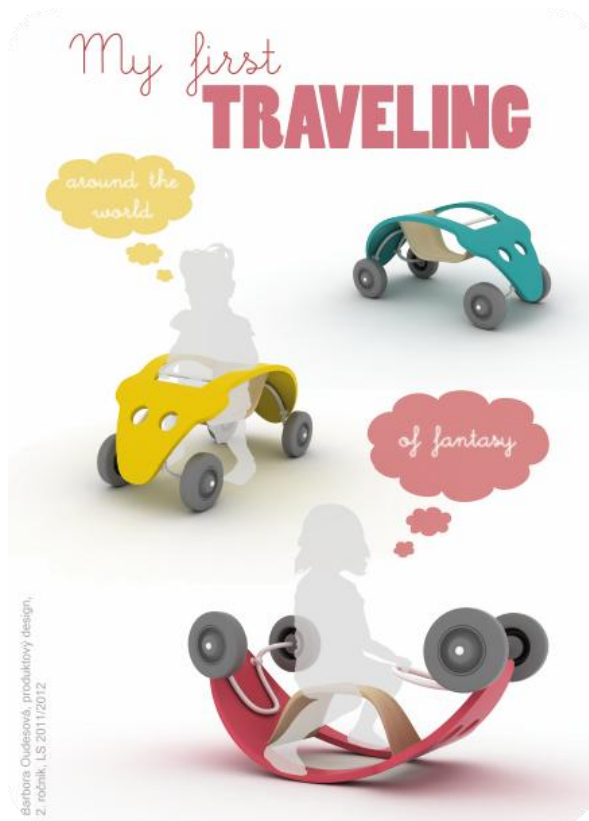


Obrázek 1: Vlastní návrh svítlny pro motoristy - 1. ročník

Mezi mé další návrhy patří například návrh flakonu parfému inspirovaného automobilkou Ford (obrázek č.2) či dětské chodítko na téma cestování (obrázek č.3).



Obrázek 2: Parfém pro Ford - 2. ročník



Obrázek 3: Návrh chodítka / houpačky - 2. ročník



## 2. Téma a důvod jeho volby

Jako téma mé bakalářské práce jsem si vybrala návrh konceptu '*Candy Shopu*<sup>2</sup>, tedy návrh obchodu s cukrovinkami. Nejde o klasickou cukrárnu, jaké známe u nás v České republice, ale o obchod nabízející široký sortiment sladkostí nejrůznějšího druhu.

Toto téma jsem si nevybrala jen proto, že mám ráda sladké. Hlavním důvodem je fakt, že právě tyto obchody zaměřené jen a pouze na sortiment tohoto druhu u nás chybí, zatímco v zahraničí jsou zcela běžné. V poslední době se v Čechách objevily pouze obchody s belgickými pralinkami, cukrárny plné dortů jsou českou klasikou, ale obchody se sladkostmi u nás nenajdeme. Navíc mám ráda místa, která jsou něčím jedinečná a úkoly, které nekladou tak velký odpor fantazii, což je ideální úkol pro designéra.

### 2.1 *Candy shopy ve světě*

Abych lépe přiblížila své návrhy, nápady, celý koncept obchodu a svůj inovační přístup k tématu, ráda bych zde nejdříve popsala a představila zahraniční *candy shopy*. Ve Velké Británii je nazývají **Sweet shop** (dosl. překlad: "*Sladký obchod*"), zatímco v Austrálii jsou to **Lolly shop**<sup>3</sup>. Název **Candy shop** nebo **candy store** je zcela běžný pro severní Ameriku, kde jsou tyto obchody nejrozšířenější.

Sortiment klasických *candy shopů* je z pravidla plný již hotových, běžně vyráběných sladkostí: čokolád, lízátek, bonbónů,

---

<sup>2</sup> Candy shop (aj. [ː kɛndy ʃɒpː]) v českém jazyce znamená obchod s bonbóny/cukrovinkami nebo sladký obchod. Ve své bakalářské práci se raději přikláním k anglickému výrazu, jelikož obchody s cukrovinkami u nás nejsou úplně běžné a pod českým překladem si mnoho lidí představuje klasické české cukrárny a dorty.

<sup>3</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Confectionery\\_store](http://en.wikipedia.org/wiki/Confectionery_store) - vyhledáno 4.4.2013

tyčinek či žvýkaček prodávaných po balení či tzv. "na váhu", což je velmi oblíbený způsob prodeje. Sortiment těchto cukrovinek je obvykle mnohem větší a bohatší než najdete v obchodech s potravinami či smíšeným zbožím. Najdete zde nejen nepřehledné množství typů dobrot, ale i příchutí a často i neobvyklé sladkosti z různých zemí. Prezentace výrobků bývá také velmi rozmanitá. Nejčastější a nejoblíbenější jsou tubusové zásobníky a dávkovače určené pro sypané zboží. Díky jejich velké kapacitě najdete takové především ve větších *candy shopech*. Dále jsou oblíbené různé sklenice, zásuvky a v neposlední řadě i pytle či sudy. Design prodejen je zpravidla založen na pestrých a sladkých barvách, které mají přilákat zákazníka. Dle mého názoru jsou ale často velmi předimenzované a kýčovitě. Následující obrázky (č. 4 - 8) jsou výběrem těch nejzajímavějších obchodů z různých částí světa, které demonstrují moji představu o dobrém *candy shopu*.

V České republice se nachází zatím pouze jeden provozovatel *candy shopů* s prodejny v Praze a v Brně. Obchody jsou ale zaměřené pouze na prodej amerických sladkostí a značek, které se k nám normálně nedováží. Co se designu a vybavení prodejen týče, nejsou zatím nijak vynalézavé ani originální (viz. Obrázek č. 9).

Cílovou skupinou *candy shopů* jsou obvykle děti, ale poslední dobou se objevují i obchody zaměřené na originalitu, luxusní zboží nebo design a taková je i moje představa.

## Příklady Candy shopů ve světě:



Obrázek 4: Starý candy shop v Istanbulu<sup>4</sup>



Obrázek 5: Jeden z mnoha Candy shopů v Los Angeles<sup>5</sup>



Obrázek 6: Candy Stop Coyoacan, Mexico - navrhlo Studio ROW<sup>6</sup>

<sup>4</sup> ([http://www.trekearth.com/gallery/Middle\\_East/Turkey/Marmara/Istanbul/Istanbul/photo1128208.htm](http://www.trekearth.com/gallery/Middle_East/Turkey/Marmara/Istanbul/Istanbul/photo1128208.htm)) - vyhledáno 31.3.2013

<sup>5</sup> (<http://www.celticgrass.com/cali04.htm>) - vyhledáno 31.3.2013

<sup>6</sup> (<http://rowarch.com/portfolio/?p=294>) - vyhledáno 31.3.2013



Obrázek 7: 'Candylicious' v Singapore - největší Candy shop na světě<sup>7</sup>



Obrázek 8: The Candy Room v Melbourne, Austrálie - Red Design Group<sup>8</sup>



Obrázek 9: První Candy Shop v Čechách - prodejna v Praze a Brně<sup>9</sup>

<sup>7</sup> (<http://candyliciousshop.com/>) - vyhledáno 15.3.2013

<sup>8</sup> ([www.reddesigngroup.com.au/](http://www.reddesigngroup.com.au/)) - vyhledáno 15.3.2013

<sup>9</sup> (<http://www.candy-store.cz/>) - vyhledáno 31.3.2013

### 3. Cíl práce

Jak už název napovídá, mým cílem je navrhnout pouze jakýsi **koncept obchodu** s cukrovinkami. Jde mi o uchopení a pojetí tématu trochu jiným způsobem. Jde o univerzální představu a vůdčí ideu - v tomto případě ochodu a prodeje bonbónů. Nebude to návrh interiéru, jelikož to není má specializace, ale návrh několika předmětů, které bude krom designu spojovat i koncept prodeje. Konkrétně to budou čtyři hlavní objekty: prodejní pult, zmrzlinový pult, zásobníky pro cukrovinky a stroj na uzavírání a balení produktů. Všechny objekty bude spojovat jak design, tak grafika, ale především hlavní myšlenka způsobu prodeje cukrovinek.

Cílem je určitá jednotná *image*<sup>10</sup> a styl obchodu. Chtěla bych navrhnout nejen předměty a přístroje pro obchod, ale vlastně i výsledné balení cukrovinek tak, aby každý zákazník odcházel se '*svým kouskem designu*'.

---

<sup>10</sup> [*imidž*] angl. obraz, představa - se v češtině užívá jako odborný termín pro afektivní a celkovou představu osoby, značky nebo výrobku, často záměrně pěstovaný s cílem být úspěšný. Zdroj: (<http://cs.wikipedia.org/wiki/Image>) - vyhledáno 9.4.2013

#### 4. Proces přípravy

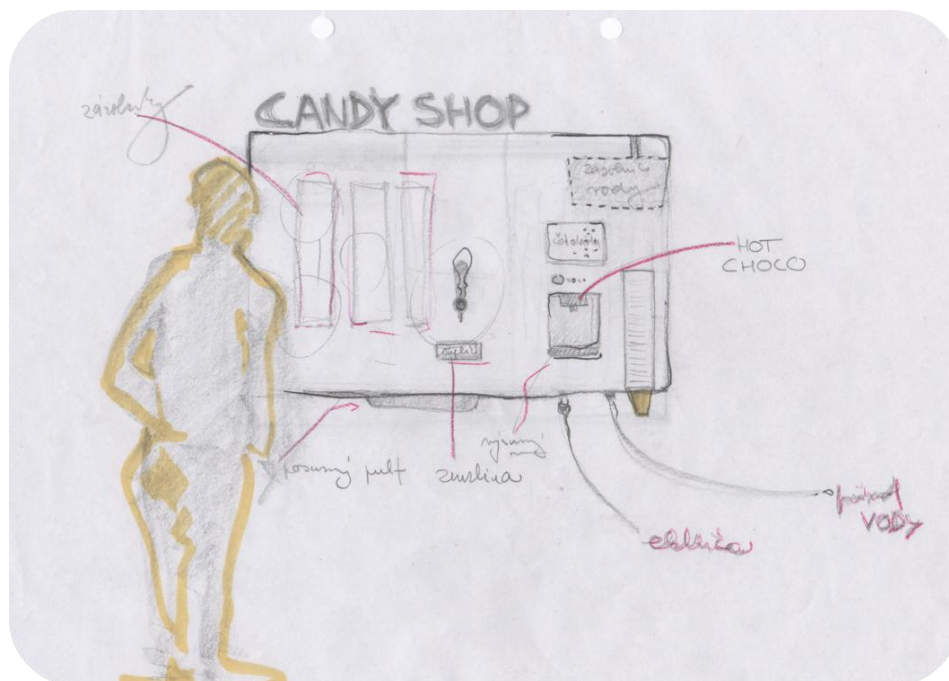
Po zvolení tématu jsem si na internetu vyhledávala různé *candy shopy* a jejich vybavení. Obchody jsou velmi rozmanité a různorodé, stejně tak jejich vybavení. Přesto mají všechny jedno společné - lákají především děti pestrobarevným vybavením a přeplněným prostorem. Uvědomila jsem si, že bych to vše chtěla pozměnit, oslovit širší spektrum spotřebitelů. Vytvořit něco jednoduchého, ale přitažlivého pro malé i velké.

Bylo tedy třeba vymyslet, které předměty budu navrhovat. Promýšlela jsem si koncepty, jak by můj obchod fungoval, na jakém principu a čím by byl zajímavý. Úplně z počátku jsem chtěla navrhnout přístroje a zásobníky, které by měly využití i mimo obchod, např. v domácnosti, v kavárnách. Pak jsem promýšlela pojízdné obchody, malé stánky nebo velké prodejní stěny (automaty) včetně vyklápěcích stolečků a sezení. Nakonec jsem se vrátila zpět k samotnému obchodu a založila jeho filozofii na prodeji cukrovinek do papírových kelímků.

Jako první jsem začala vymýšlet prodejní pult, který je základem každého obchodu. Je to místo, kde se odehrává veškerá komunikace mezi prodejcem a zákazníkem, proto je to jedna z nejdůležitějších věcí v obchodě. Jelikož nenavrhuji celý interiér, ale pouze vybavení obchodu, vytvořila jsem další pulty jako samoobslužné ostrůvky. Zóny, kde se zákazník obslouží sám a které se rozmístí a uspořádají podle dispozic konkrétního interiéru. Nezbytnou součástí Candy shopu jsou samozřejmě zásobníky na bonbóny a další sladkosti. Jako poslední a vůbec jeden z nejdůležitějších přístrojů v obchodě bude uzavírací zařízení na kelímky.



Obrázek 10: Počáteční návrhy



Obrázek 11: Počáteční návrhy

## 5. Proces tvorby

### 5.1 Inspirace

Hlavním prvkem inspirace, která se nakonec odráží v celém designu je poleva. Je to jedna z prvních věcí, která mne napadla, když se řekne sladké. Polevu dáváme na zmrzlinu, na dorty, na perníčky, ale i na horké nápoje se šlehačkou apod.

Mám ráda asociace. Přestože je pro mne poleva symbolem sladkosti, nesouvisí tak přímo se samotnými bonbóny a tím je, myslím, zajímavější inspirací než například lízátko. Navrhovat obchod s bonbóny inspirovaný samotnými bonbóny mi nepřijde nikterak zajímavé.



Obrázek 12: Vlastní návrhy polevy

### 5.2 Logo

Od samotné polevy se odvíjelo i logo, které zahrnuji do mého celkového konceptu obchodu, jelikož i grafické zpracování firmu vždy odliší od konkurence. Grafika dodává obchodu na jedinečnosti. Logem se tedy stává má finální podoba polevy, doplněná o protáhlý bezpatkový font s názvem obchodu. Jelikož samotná poleva vypadá také jako mráček, pojmenovala jsem svůj koncept **Candy Heaven** (v



překladu *Sladké nebe*). A od názvu se trochu odvíjí i design produktů.

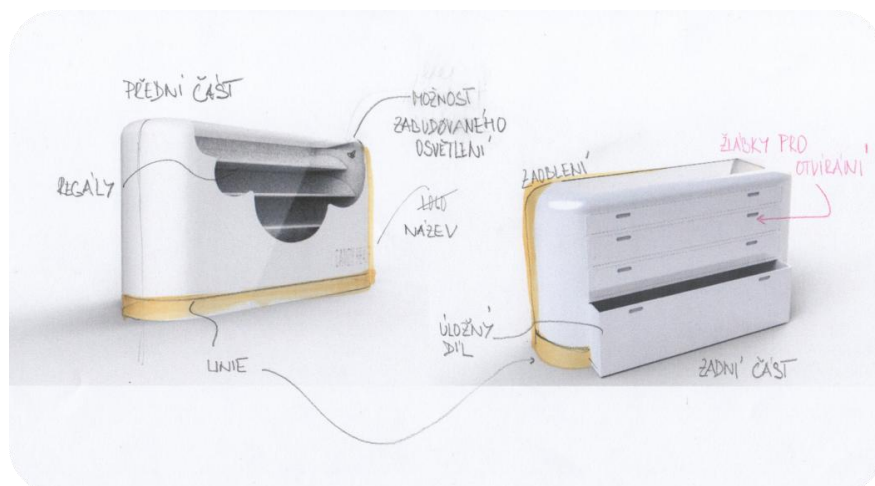


Obrázek 13: Logo - vlastní návrh

### 5.3 Prodejní pult

Prodejní pult je ze všech největší a dominantou celého konceptu. Je oválného tvaru, u horní desky je zaoblen a obsahuje 3 regály k vystavění zboží. Přední část je částečně prosklená a to do tvaru oné stékající polevy. Ze zadní části se regály hladce vysouvají jako zásuvky. Celkem má pult ale šuplíky čtyři. Spodní, největší šuplík slouží jako úložný prostor pro nezbytnosti v obchodě. Variantou by mohl být pult, který tuto zásuvku postrádá a je místo ní zabudován chladicí systém, pokud by to zboží vyžadovalo.

Ve spodní části se táhne pravidelná vrytá linie s názvem obchodu.



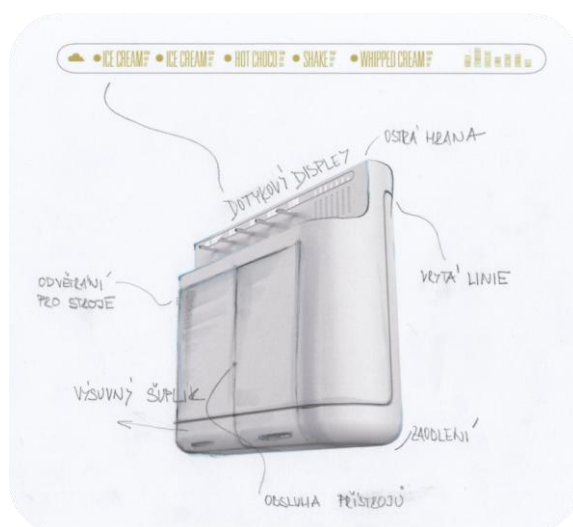
Obrázek 14: Prodejní pult - vlastní návrh

## 5.4 Zmrzlinový pult

Zmrzlinový pult, též oválného tvaru, je zaoblen na spodní hraně. Horní část je jakoby vytvořena negací dalším zaobleným objektem. Půl oválu je tedy vyšší než druhá část a tvoří pomyslný barový pult, ze kterého na vnitřní straně vycházejí trysky na zmrzlinu a další přístroje. V menší, nižší části je zabudovaná odkapávající oválná miska s odtokem a odnímatelnou mřížkou z nerezové oceli. Všechny hrany na těchto částech jsou lehce zaoblené pro snadné omývání a čištění.

Nakonec jsem navrhla celkem pět trysek, každá je na konci jinak seříznuta. Trysky mohou být napojeny na jeden nebo několik přístrojů uvnitř pultu. Přístup ke strojům a jejich zásobování lze pomocí zabudovaných výsuvných zásuvek, jejich žlábků pro otvírání jsou umístěny až v dolním zaoblení pultu tak, aby nebyly na první pohled viděny. Vytvořila jsem je tak nejen z estetického důvodu, ale hlavně protože jsou určeny jen pro obsluhu / prodejce a zákazník takto s touto částí není v bezprostředním kontaktu.

Přístroje se ovládají pomocí dotykového displeje, který je umístěn v horní části pultu nad tryskami. Možno je vybírat dle nabídky od zmrzliny po horkou čokoládu, šlehačku apod.

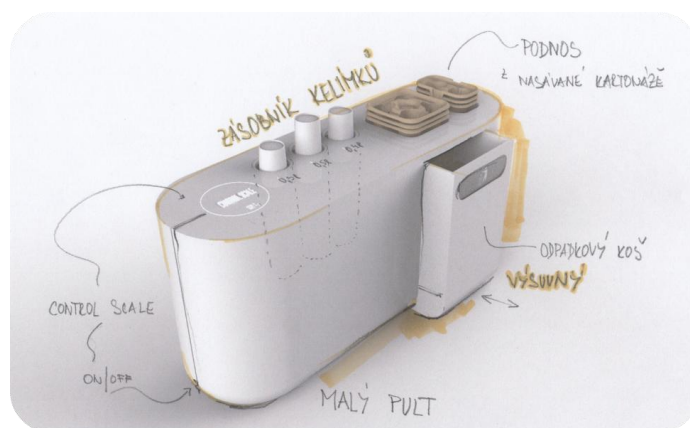


Obrázek 15: Zmrzlinový pult - vlastní návrh

## 5.5 Malý pult

Hlavní záměr malého pultu měl být zásobník na kelímky, má být umístěn poblíž vchodu nebo na centrálním místě obchodu tak, aby si zákazník, který přijde nakoupit, sám vzal a vybral velikost kelímku, který si naplní podle své chuti. Malý pult je též oválný a opět zaoblen na spodní hraně. Kromě zásobníku na kelímky o velikostech 0,3l, 0,4l a 0,5l je zde místo i pro podnosy na kelímky z nasávané kartonáže. Ty jsou velmi užitečné, pokud si zákazník zakoupí více kelímků.

Mezi další pomocné funkce patří zabudovaná kontrolní váha a odpadkový koš, který lze stejně jako u zmrzlinového pultu vysouvat pomocí žlábků ve spodní zaoblené části. Na kontrolní digitální váhu se vejdu až čtyři kelímky naráz a kromě standardních gramů, ukazuje i částku, kterou zákazník za tuto váhu zaplatí. Podle výsledků průzkumu, který jsem dělala<sup>11</sup>, lidé upřednostňují samoobslužný systém, ale vadí jim neznalost konečné ceny.



Obrázek 16: Malý pult - vlastní návrh

Stejně jako u předchozích pultů je zde vliovaná linie, tentokrát ale horizontální a vede po jedné straně pultu od digitální váhy k podlaze. Zde v tomto případě nemá jen estetický účel, ale v

<sup>11</sup> Oudesová, B. – *Oblíbené sladkosti a jejich příchutě (výsledky průzkumu)*, 2013. Dostupné online na <http://oblibene-sladkosti-prichute.vyplnto.cz>.

dolní zaoblené části je v drážce umístěn ovladač vypínání a zapínání kontrolní váhy.

## **5.6 Papírové kelímky**

Papírové kelímky byly skoro od začátku jasnou volbou při výběru balení cukrovinek. Papírové kornouty a sáčky jsou vděčnou klasikou a navíc nemám ráda bonbóny a všeobecně cukrovinky v plastových obalech. Jednak z ekologického hlediska, které je pro mě osobně důležité, ale také se z nich bonbónky špatně vybírají. Když položíte na stůl pytlík bonbónů a kelímek, přijde mi kelímek mnohem vhodnější pro manipulaci a pro případné servírování. Jde o způsob, který jsem nikde neviděla a čím by měl být můj koncept výjimečný.

Původně jsem chtěla využívat velikosti papírových kelímků, které se již běžně vyrábějí v označeních 8oz - 20oz<sup>12</sup>. Takovéto balení ale stále spíše připomínalo nápojový sortiment a nepřišlo mi úplně estetické. Obalový design je nepochybně v konzumní společnosti jedním z nejdůležitějších faktorů při výběru spotřebního zboží.

Rozhodla jsem se tedy přizpůsobit a navrhnout papírové kelímky o třech nejvhodnějších objemech - 0,3l , 0,4l a 0,5l. Velmi by se mi líbily kelímky jako rovné válce, ale takovéto kelímky nelze vkládat do sebe, tudíž je nelze naskládat do dávkovače a skladování by zabralo spoustu místa. Rozměr horních okrajů jsem navrhla u všech tří velikostí stejný a odpovídá i velikosti běžného kelímku s označením 12oz (0,3l mezi nápojovými kelímky), tj. 8 cm. Takto se všechny tři druhy kelímků vejdu do všech držáků a přístrojů v obchodě. Kelímky jsou jen mírně zúženy, podstava je též u všech tří

---

<sup>12</sup> [Oz] je mezinárodní označení unce - jednotky hmotnosti či objemu. 1 unce = 28,3495 g, 1 americká dutá unce = 29,6 ml (<http://cs.wikipedia.org/wiki/Unce>) - vyhledáno 20.4.2013

velikostí stejná a liší se jen výškou. (Přesné rozměry viz. příloha č. 9, str. 42)

### **5.7 Uzavírací zařízení na kelímky**

Uzavírací automatické či poloautomatické stolní přístroje na kelímky se u nás nevyskytují příliš často. Jsou ale zcela běžné v Asii a Americe, kde je rádi využívají v kavárnách a bistrech pro balení nápojů s sebou. Po vložení kelímku do držáku přístroj na kelímek tepelně přidělá výsek fólie, která se navíjí z dlouhého pásu.

Při přípravě rešerše tohoto přístroje jsem zjistila, že se snad ještě nikdo neobtěžoval dát tomuto přístroji zajímavější vzhled. Po zadání "cup sealing machine" (*angl. název přístroje*) do internetového vyhledávače se objeví mnoho vzhledově téměř totožných přístrojů. Snad všechny vypadají v lehce pozměněné podobě jako následující model na obrázku č.17 . Přitom je to pultový přístroj, který je v provozovně často na očích, proto jsem se zhostila navrhování nového uzavíracího přístroje s velkou radostí.



**Obrázek 17: Cup sealing machine - příklad běžně vypadajícího přístroje pro uzavírání kelímků na světovém trhu<sup>13</sup>**

<sup>13</sup> (<http://home.lovesaction.com/wholesaler/SHENTOP-Halloween-sales-promotion!-Z23CFZF06-Automatic-Electric-Cup-Sealing-Machine-400~600cupsHour-p11439.html>) - vyhledáno 20.4.2013

Svému přístroji jsem dala lepší barvy a tvary, též zaoblené, aby ladily k ostatnímu vybavení obchodu. Původně jsem přemýšlela jen nad jedním kotoučem na fólii. Z estetického hlediska by to bylo mnohem hezčí, ale bylo by to velmi nepraktické při chodu obchodu i kdyby se dala zbytková fólie jednoduše odtrhávat. S ohledem na vnitřní stroj jsem zachovala proporce stroje. Odstranila jsem ale nepěkné pomocné válečky ze stran přístroje a zabudovala je do horní části stroje. Navrhla jsem jeden větší displej s indikátorem teploty, kontroly balení a váhou naplněného kelímku. Jelikož tento přístroj už obsluhuje pouze prodejce, ne zákazník, může dle váhy kelímku rovnou markovat cenu. Což je ideální, protože po uzavření se jedná o konečnou váhu kelímku a nelze do něj již nic přisypat.



**Obrázek 18: Vlastní návrh uzavírajícího přístroje - render**

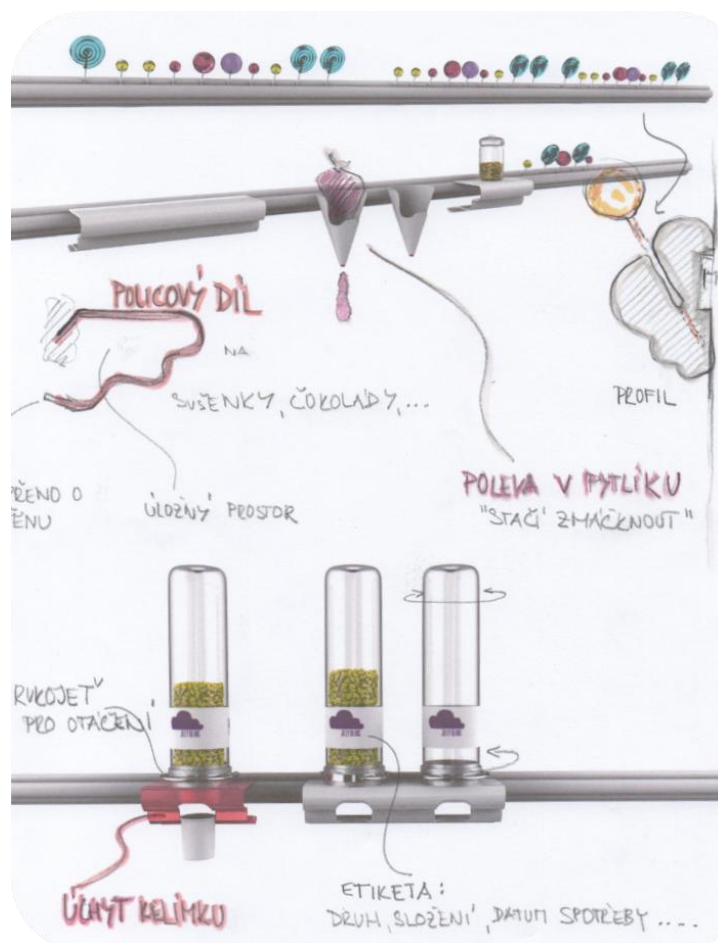
## **5.8 Zásobníky na bonbóny a doplňky**

Zásobníky na bonbóny a další sladkosti jsou asi nejpodstatnější vybavení každého candy shopu. Nejčastěji jde o kulaté tubusy, které se mi zdají pro můj koncept nejvhodnější. Mohou být i různě rozšířené a zúžené, ale já zůstala u nejjednoduššího válcovitého tvaru. Veškeré mé návrhy jsou přece jen minimalističtějšího rázu. Nicméně jsem inovovala způsob dávkování. Zatímco u většiny zásobníků stisknete či pootočíte nějakou páčkou či tlačítkem, mé zásobníky se otáčejí celé a fungují na podobném principu jako například krabičky oblíbených bonbónů Antiperle.

Velikostí patří mezi menší zásobníky, při navrhování konceptu obchodu myslím spíše na menší provozovny a upřednostňuji širší nabídku, tedy více druhů v menších zásobnících než malý sortiment ve velkých zásobnících. Malý zásobník je sice třeba častěji plnit, ale zákazník má silnější dojem z čerstvosti surovin. I když trvanlivost je u sladkostí poměrně dlouhá, např. tvrdé bonbóny mají sklon se při dlouhém skladování lepit k sobě a pak jistě nevypadají lákavě. Dalším důvodem pro menší velikost je i jejich závěsný systém na lištu u stěny, kterou jsem také navrhla.

Lišta na stěny má opět profil polevy (mráčku), která ale z předního pohledu není úplně patrná. Ozdobná lišta má shora šikmý zářez, do které lze zasunout zásobníky na bonbóny a další příslušenství, kterým jsou mnou navržené poličky na ostatní zboží (sušenky, čokolády) či kornouty na polevy. V samotném zářezu lišty jsou ještě vyražené díry, aby se do ní dali zapíchnout i lízátko a cukrovinky na špejli.

Z této multifunkční lišty se dají poskládat celé stěny se sladkým zbožím a variabilita je obrovská.



Obrázek 19: Lišta a příslušenství - vlastní návrh



Obrázek 20: Schéma doplňování zásobníku



## 6. Technologická specifika

### 6.1 Rozměry

Velikosti pultů se liší a jsou přizpůsobeny svému účelu. Prodejní pult je vysoký 100 cm. Je to pult, u kterého stojí celý den obsluha. Z hlediska ergonomie jde tedy o přibližný průměr<sup>14</sup> ideální výšky pracovní plochy při práci ve stoje pro muže a ženy.

Další pult slouží převážně jako zásobník papírových kelímků a jeho výška je 60 cm. Jde o malý pomocný pult, kam dosáhnou i děti. Ve velkých provozovnách by tyto pultíky mohly sloužit jako odkládací pulty či odpočinkové lavice (samozřejmě bez dalších doplňků jako je např. kontrolní váha).

Zmrzlinový pult je nejvyšší. Jde spíše o zmrzlinový bar o celkové výšce 110 cm.

Jak jsem již zmiňovala v kapitole 5.8, zásobník na bonbóny je navržen v menších rozměrech. Průhledný tubus je otáčivý a zavěšen na liště, tudíž by větší rozměry nebyly vhodné. Celková výška zásobníku je jen 60 cm, průměr válce 14 cm.

**Kompletní rozměry** celého vybavení jsou v příloze č. 9, str. 40 - 42!

### 6.2 Materiály

Vhodným materiálem pro výrobu pultů je **polypropylen** (PP). Polypropylen je termoplastický polymer, velmi všestranný materiál a nabízí skvělou kombinaci vlastností mezi které patří např. tuhost v pevnost v ohybu. Je pevný, lehký a tepelně odolný. Kromě těchto a

---

<sup>14</sup> Výška pracovního stolu pro práci ve stoje je pro muže 103 cm, pro ženy 95 cm.

mnoha dalších vlastností, je snadno opracovatelný<sup>15</sup> a proto výborný pro mé návrhy.

Polypropylen je také vhodným materiálem pro plastovou fólii do uzavíracího přístroje. Jen v tomto případě bych se přikláněla k bio-polypropylenu, aby společně s papírovými kelímky byly ekologickým obalem. Papírové kelímky jsou sice vyráběny s vrstvou polyetylenu (PE), ale firmy dnes již běžně dbají o ekologickou šetrnost při jejich výrobě.

Transparentní část pultu a zásobník na bonbóny by byly vyrobeny z polymethylmetakrylátu (PMMA), který je známý jako akrylátové sklo. Má vysokou průhlednost a často se místo skla používá. Je lehčí a odolnější proti rozbití. Právě lehkost je u zásobníku podstatná.

---

<sup>15</sup> PLASTICSYSTEMS.CZ. [online]. [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://tiefziehen.com/cz/PP/>

## 7. Popis díla

Koncept mého candy shopu je tedy následující: Zákazník vejde do prodejny a ze zásobníku v malém pultu si vybere kelímek. U zmrzlinového pultu si natočí sladké dle libosti, nebo si vybere z široké nabídky sypaných cukrovinek na zdi. Tyto dvě varianty lze kombinovat, např. zmrzlina s lentilkami. Kdykoliv během svého výběru si může zkontrolovat váhu zboží na malém pultu. Když je s výběrem hotov, přijde k obsluze, která mu kelímek zataví, zaplatí a odejde se svou vlastní krabičkou kalorického štěstí. Může si také vybrat již z namíchaných a hotových kelímků vystavených ve velkém pultu.

Název **CANDY HEAVEN** odkazuje k mé inspiraci a odráží se i v designu produktů. Převážně světlý interiér může skutečně připomínat nebe. Pestrost obchodu podtrhnou samotné cukrovinky, které mohou být vystaveny na zdi v různých variantách a s veškerou hravostí, která by měla být obchodu vlastní. Variabilní profilovaná lišta s příslušenstvím nabízí nepřeborné množství způsobů rozmístění zboží.

Přestože jsou všechny tři pulty rozdílné - rozměry, funkcí i linií - tvoří ucelený set, který k sobě pasuje. Zmrzlinový pult může nabízet kromě zmrzliny i horkou čokoládu, šejk či samotnou šlehačku. Vždy s možností volby příchutě. Vybrala jsem sedm nejoblíbenějších příchutí<sup>16</sup> (vanilkovou, jahodovou, čokoládovou, citrónovou, oříškovou, banánovou a kokosovou), jelikož číslo 7 mi pro nebe přijde nejpřirozenější. Být jako v sedmém nebi by skutečně mohlo být mottem obchodu, protože tak byste se měli cítit v dobrém Candy shopu. Tak jako tak, sladké přece přináší euforii.

---

<sup>16</sup> dle vlastního online průzkumu (viz. příloha č. 8 )



Obrázek 21: Grafické znázornění Konceptu Candy Heaven

## **8. Přínos práce pro daný obor**

Myslím, že můj obchod by byl zajímavým přínosem mezi candy shopy a jistě by si našel svou klientelu, které by se toto zařízení líbilo. V Česku se tyto obchody moc nevyskytují, což je další důvod proč by byla má práce přínosem.

Nekonvenční řešení balení finálního výrobku je dalším zajímavým aspektem mého návrhu. Přístroji na uzavírání (především nápojových) kelímků jsem dala novou funkci i nový vzhled. Nevím o žádném místě, kde by prodávali a balili cukrovinky tímto způsobem. Samotný stroj na uzavírání kelímků se stále používá skoro v nezměněné podobě a tudíž je návrh jeho designu na místě.

U designu pultů jsem přesvědčena, že jde o originální a ojedinělé kusy. Především hlavní prodejní pult je sám o sobě velmi výrazným a zajímavým prvkem a z velké části má spíš dekorativní účel. Mohl by být využit nejen v candy shopech, ale i samostatně v běžných cukrárnách a kavárnách s dorty.

## **9. Silné stránky**

Mezi silné stránky jistě patří již zmiňovaný koncept balení cukrovinek a s tím související celková image obchodu. Přestože nejde o návrh celého interiéru, veškeré vybavení spojuje stejný nápad i účel a tvoří jednotný celek.

Na druhou stranu by se každý kus dal používat k různým účelům i samostatně.

Čistě bílý interiér by byl mezi candy shopy také výjimečný a tento obchod by jistě vybočoval z řady. Oblé tvary se harmonicky střídají s ostrými hranami a působí příjemně. Barvy, které tolik lákají zákazníky do obchodů s cukrovinkami, obstarají již samotné cukroviny, které se pestrostí je hemží.

Jak jsem již psala v předchozí kapitole, hlavní pult je poměrně dominantním prvkem. Dle mého názoru je ale něco takového třeba v každém interiéru a proto jde o důležitou součást vybavení.

## **10. Slabé stránky**

Slabou stránkou návrhu by mohla být náročnost na výrobu a tudíž celková cena tohoto vybavení. V dnešní době ale luxusní a originální obchody už nejsou vzácností, ale spíše nutností. Pro ojedinělou image obchodu je nutné investovat. O to víc to platí u candy shopů, které nejčastěji lákají zákazníky do světa divů a fantazie plné vůní, chutí, barev a tvarů.

## 11. Seznam použitých zdrojů

### a) Knižní a periodická literatura

- KOLESÁR, Zdeno. *Kapitoly z dějin designu*. vyd. 1. Praha: Vysoká škola umělecko-průmyslová, 2004, 167 s. ISBN 80-868-6303-4.
- SKÁLOVÁ, Jana, Vladislav MOTYČKA a Jaroslav KOUTSKÝ. *Nauka o materiálech*. 2. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita, Strojní fakulta, 2000, 232 s. ISBN 80-708-2677-0.
- CHUNDELA, Lubor. *Ergonomie*. 1.vyd. Praha: ČVUT, 2001, 171 s. ISBN 80-010-2301-X.

### b) Internetové zdroje

- Oudesová, B. – Oblíbené sladkosti a jejich příchutě (výsledky průzkumu), 2013. Dostupné online na <http://oblíbene-sladkosti-prichute.vyplnto.cz>.
- PLASTICSYSTEMS.CZ. [online]. [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://tiefziehen.com/cz/PP/> a <http://tiefziehen.com/cz/PMMA/>
- Inspire UX. [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://www.inspireux.com/category/quotes/dieter-rams>
- WIKIPEDIA. [online]. [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: [http://en.wikipedia.org/wiki/Confectionery\\_store](http://en.wikipedia.org/wiki/Confectionery_store)
- WIKIPEDIA. [online]. [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Unce>

### Zdroje obrázků:

- ([http://www.trekearth.com/gallery/Middle\\_East/Turkey/Marmara/Istanbul/Istanbul/photo1128208.htm](http://www.trekearth.com/gallery/Middle_East/Turkey/Marmara/Istanbul/Istanbul/photo1128208.htm)) - vyhledáno 31.3.2013
- (<http://www.celticgrass.com/cali04.htm>) - vyhledáno 31.3.2013
- (<http://rowarch.com/portfolio/?p=294>) - vyhledáno 31.3.2013
- (<http://candyliciousshop.com/>) - vyhledáno 15.3.2013
- ([www.reddesigngroup.com.au/](http://www.reddesigngroup.com.au/)) - vyhledáno 15.3.2013
- (<http://www.candy-store.cz/>) - vyhledáno 31.3.2013
- (<http://home.lovesaction.com/wholesaler/SHENTOP-Halloween-sales-promotion!-Z23CFZF06-Automatic-Electric-Cup-Sealing-Machine-400~600cupsHour-p11439.html>) - vyhledáno 20.4.2013
- (<http://www.gscontracts.com/news/index.php/2010/07/project-news>) - vyhledáno 12.3.2013
- StoreWorks (<http://www.storeworks.co.za/home/design/display/id/1>) - vyhledáno 12.3.2013
- (<http://www.trendhunter.com/slideshow/pastry-shop-designs>) - vyhledáno 12.3.2013
- (<http://suhardi-design.blogspot.cz/2009/10/counter-and-display-design.html>) - vyhledáno 20.3.2013
- (<http://www.luckylittletravelers.com/kidtravelweb-london-harrods.html>) - vyhledáno 20.3.2013



## **12. Resumé**

My bachelor thesis topic was "The Candy Shop Concept". The aim of the thesis was to design not only visually but also conceptually interesting and unique candy shop.

I designed a counter, an ice-cream counter, a special counter with the cups container, a cup sealing machine, sweets container, a profiled bar with shelves and complements for the whole range of products showing. The main idea is sweets being sold in paper cups which are heat-sealed forming an original package.

The name of the shop and the logo are also a part of the design. They both help to complete the image of the shop.

The design preparation and formation process, technological specifications, characterization and evaluation of the work – including visualisations - are shown in the theoretical part of the thesis.

The rough drawings, lists, design visualizations, dimension drawings, the Internet research results (topic: favorite sweets) and the CD-ROM are enclosed.

## 13. Seznam příloh

OBRÁZEK 1: VLASTNÍ NÁVRH SVÍTILNY PRO MOTORISTY - 1. ROČNÍK	- 2 -
OBRÁZEK 2: PARFÉM PRO FORD - 2. ROČNÍK	- 3 -
OBRÁZEK 3: NÁVRH CHODÍTKA / HOUPAČKY - 2. ROČNÍK	- 3 -
OBRÁZEK 4: STARÝ CANDY SHOP V ISTANBULU	- 6 -
OBRÁZEK 5: JEDEN Z MNOHA CANDY SHOPŮ V LOS ANGELES	- 6 -
OBRÁZEK 6: CANDY STOP COYOACAN, MEXICO - NAVRHLO STUDIO ROW	- 6 -
OBRÁZEK 7: 'CANDYLICIOUS' V SINGAPURE - NEJVĚTŠÍ CANDY SHOP NA SVĚTĚ	- 7 -
OBRÁZEK 8: THE CANDY ROOM V MELBOURNE, AUSTRÁLIE - RED DESIGN GROUP	- 7 -
OBRÁZEK 9: PRVNÍ CANDY SHOP V ČECHÁCH - PRODEJNA V PRAZE A BRNĚ	- 7 -
OBRÁZEK 10: POČÁTEČNÍ NÁVRHY	- 10 -
OBRÁZEK 11: POČÁTEČNÍ NÁVRHY	- 10 -
OBRÁZEK 12: VLASTNÍ NÁVRHY POLEVY	- 11 -
OBRÁZEK 13: LOGO - VLASTNÍ NÁVRH	- 12 -
OBRÁZEK 14: PRODEJNÍ PULT - VLASTNÍ NÁVRH	- 12 -
OBRÁZEK 15: ZMRZLINOVÝ PULT - VLASTNÍ NÁVRH	- 13 -
OBRÁZEK 16: MALÝ PULT - VLASTNÍ NÁVRH	- 14 -
OBRÁZEK 17: CUP SEALING MACHINE - PŘÍKLAD BĚŽNĚ VYPADAJÍCÍHO PŘÍSTROJE PRO UZAVÍRÁNÍ KELÍMKŮ NA SVĚTOVÉM TRHU	- 16 -
OBRÁZEK 18: VLASTNÍ NÁVRH UZAVÍRAJÍCÍHO PŘÍSTROJE - RENDER	- 17 -
OBRÁZEK 19: LIŠTA A PŘÍSLUŠENSTVÍ - VLASTNÍ NÁVRH	- 19 -
OBRÁZEK 20: SCHÉMA DOPLŇOVÁNÍ ZÁSOBNÍKU	- 19 -
OBRÁZEK 21: GRAFICKÉ ZNÁZORNĚNÍ KONCEPTU CANDY HEAVEN	- 23 -

PŘÍLOHA Č. 1 - REŠERŠE PRODEJNÍCH A ZMRZLINOVÝCH PULTŮ	
PŘÍLOHA Č. 2 - DALŠÍ POČÁTEČNÍ NÁVRHY	
PŘÍLOHA Č. 3 - PRODEJNÍ PULT - VIZUALIZACE	
PŘÍLOHA Č. 4 - MALÝ PULT SE ZÁSOBNÍKEM KELÍMKŮ - VIZUALIZACE	
PŘÍLOHA Č. 5 - ZMRZLINOVÝ PULT - VIZUALIZACE	
PŘÍLOHA Č. 6 - STROJ NA UZAVÍRÁNÍ KELÍMKŮ - VIZUALIZACE	
PŘÍLOHA Č. 7 - ZÁSOBNÍK NA BONBÓNY S LIŠTOU - VIZUALIZACE	
PŘÍLOHA Č. 8 - VÝSLEDKY PRŮZKUMU	
PŘÍLOHA Č. 9 - ROZMĚROVÉ VÝKRESY	
PŘÍLOHA Č. 10 - CD-ROM	

## Příloha č. 1 - Rešerše prodejních a zmrzlinových pultů



17



18



19

<sup>17</sup> Zmrzlinový pult firmy Zaza (<http://www.gscontracts.com/news/index.php/2010/07/project-news>) - vyhledáno 12.3.2013

<sup>18</sup> Kiosek od firmy StoreWorks (<http://www.storeworks.co.za/home/design/display/id/1>) - vyhledáno 12.3.2013

<sup>19</sup> Francouzská Cukrárna Snů (<http://www.trendhunter.com/slideshow/pastry-shop-designs>) - vyhledáno 12.3.2013

Main Counter Design



20

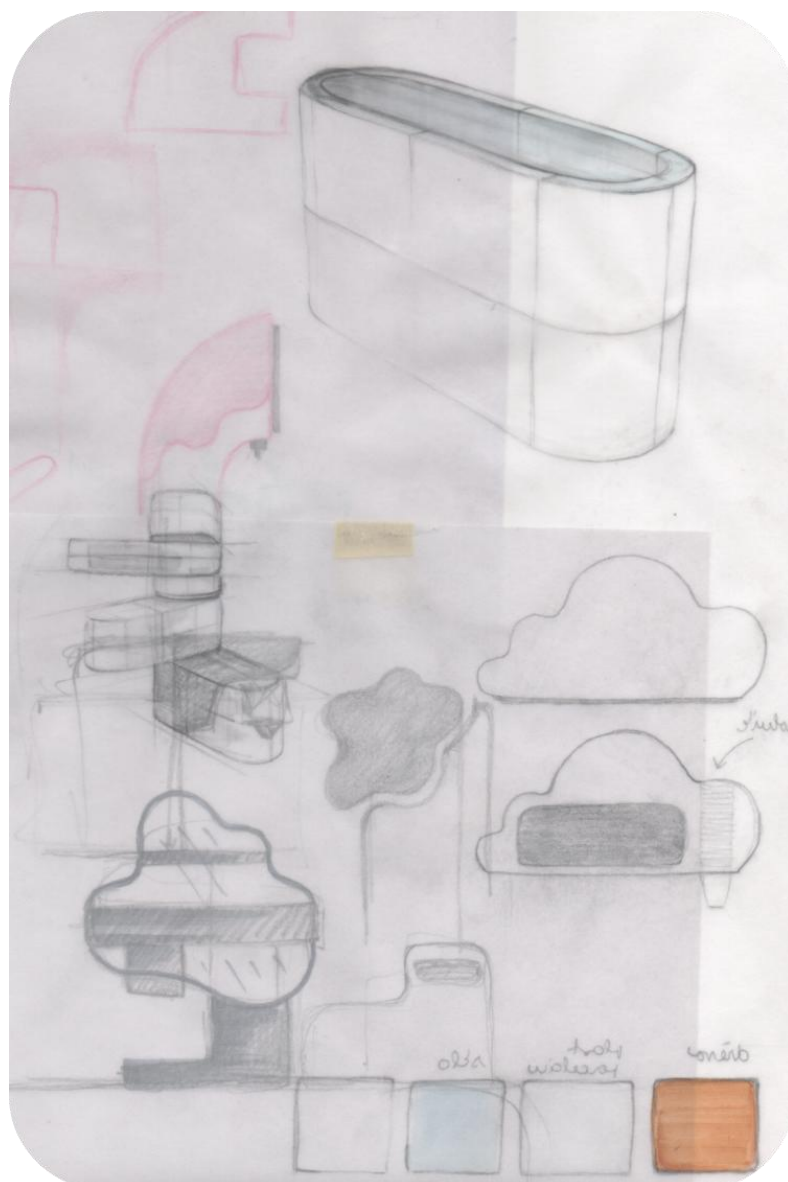
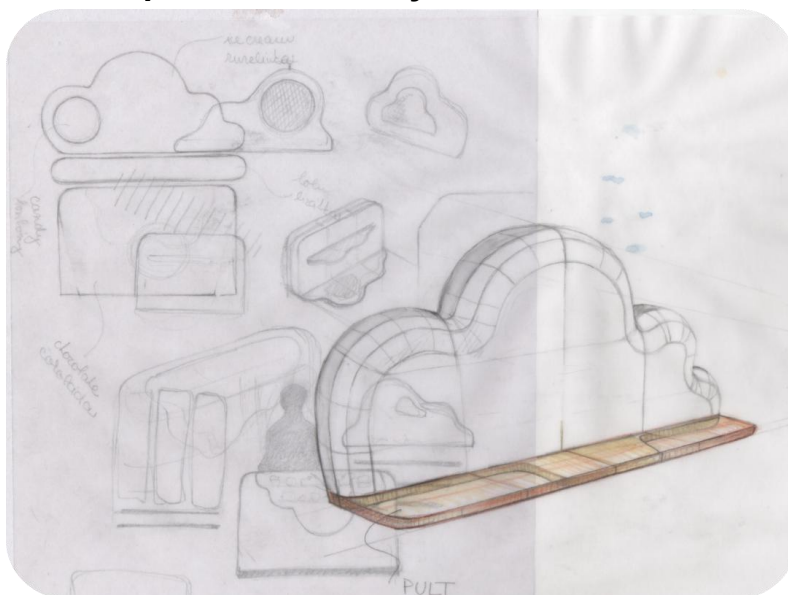


21

---

<sup>20</sup> Suhardi design (<http://suhardi-design.blogspot.cz/2009/10/counter-and-display-design.html>) - vyhledáno 20.3.2013  
<sup>21</sup> Harrods candy shop (<http://www.luckylittletravelers.com/kidtravelweb-london-harrods.html>) - vyhledáno 20.3.2013

## Příloha č. 2 - Další počáteční návrhy



### Příloha č. 3 - Prodejní pult - vizualizace



*Barevné varianty:*



**Příloha č. 4 - Malý pult se zásobníkem kelímků - vizualizace**



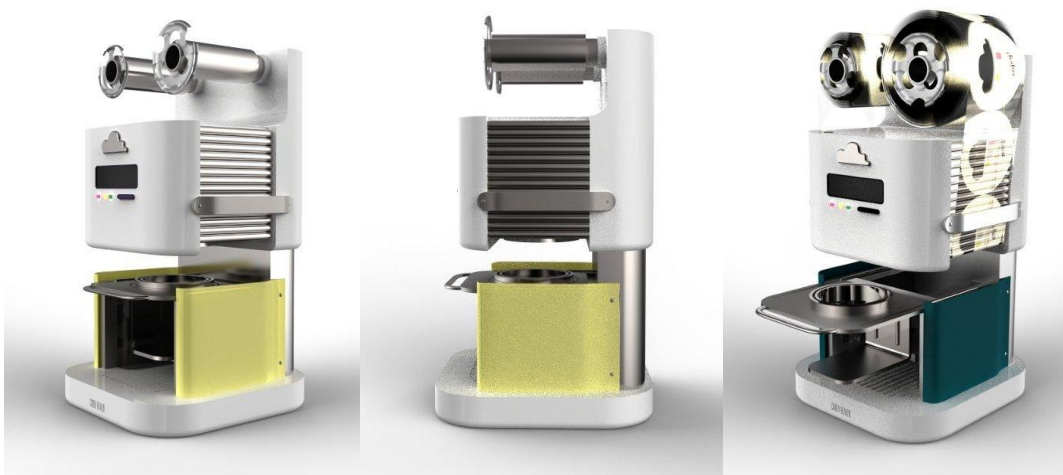
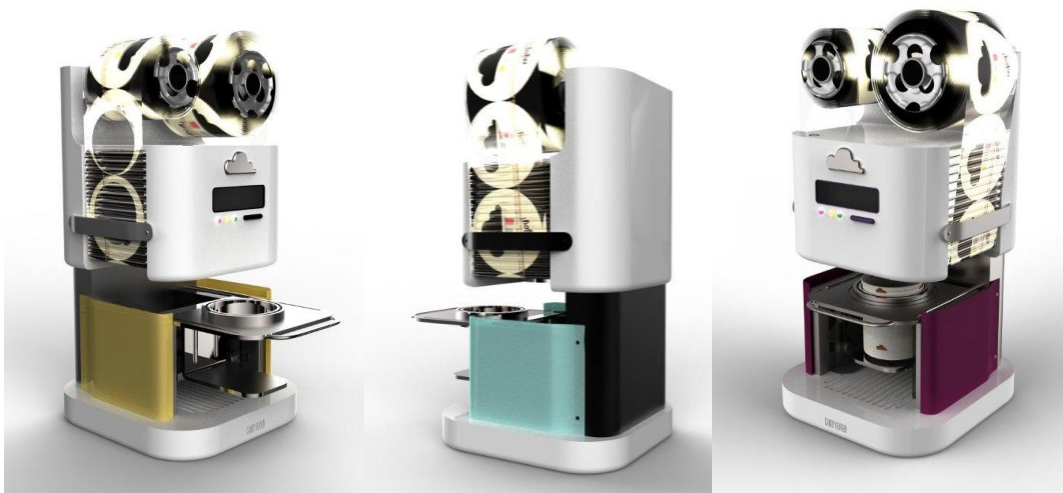
## Příloha č. 5 - Zmrzlinový pult - vizualizace



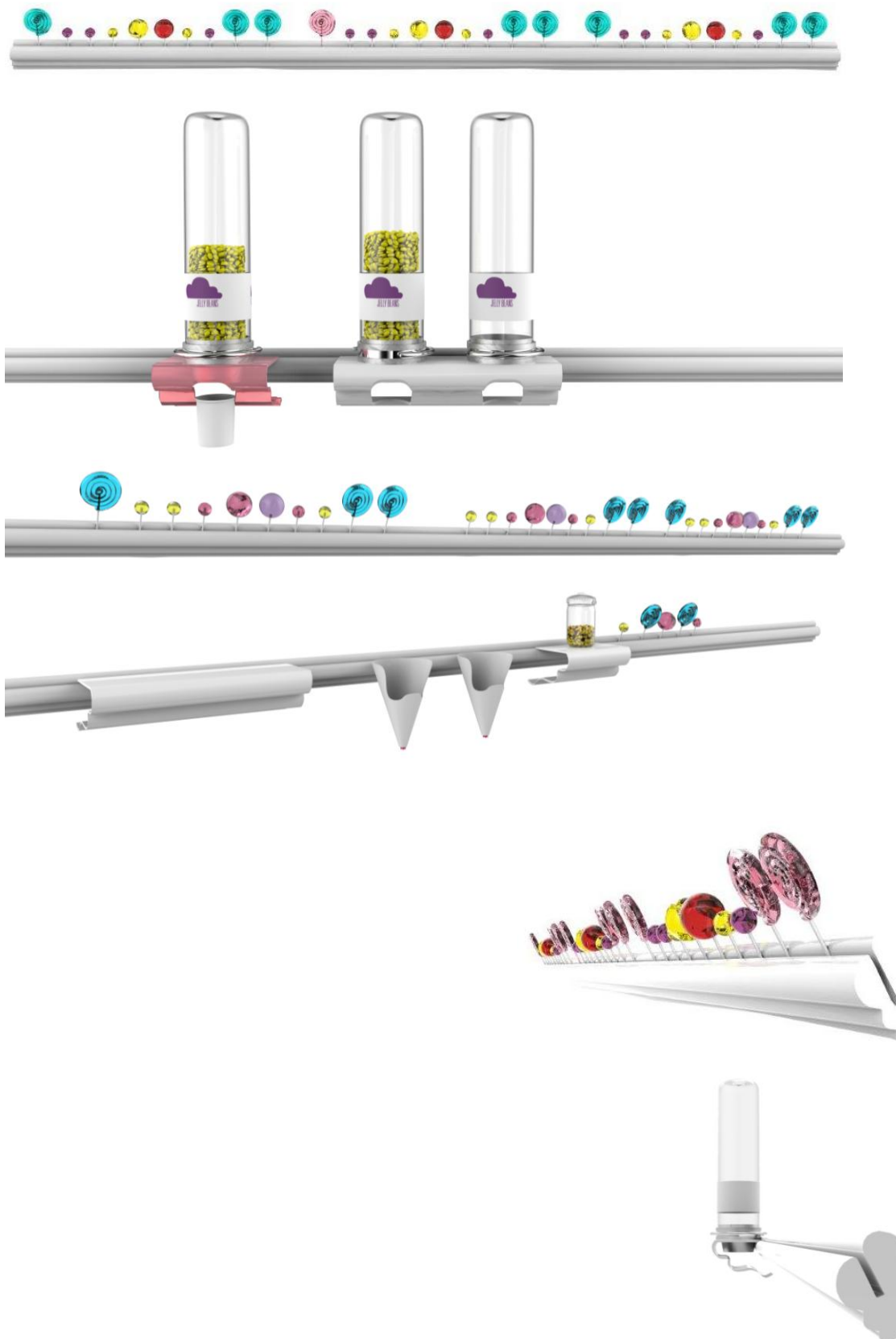


## Příloha č. 6 - Stroj na uzavírání kelímků - vizualizace

*Pohledy a barevné varianty:*



## Příloha č. 7 - Zásobník na bonbóny s lištou - vizualizace



## Příloha č. 8 - výsledky průzkumu

### Oblíbené sladkosti a jejich příchutě - grafy výsledků průzkumu

#### Informace o průzkumu:

Veřejná adresa výsledků: <http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/oblíbene-sladkosti-prichute/>

Počet responzí: 281×

#### Základní údaje o provedeném průzkumu:

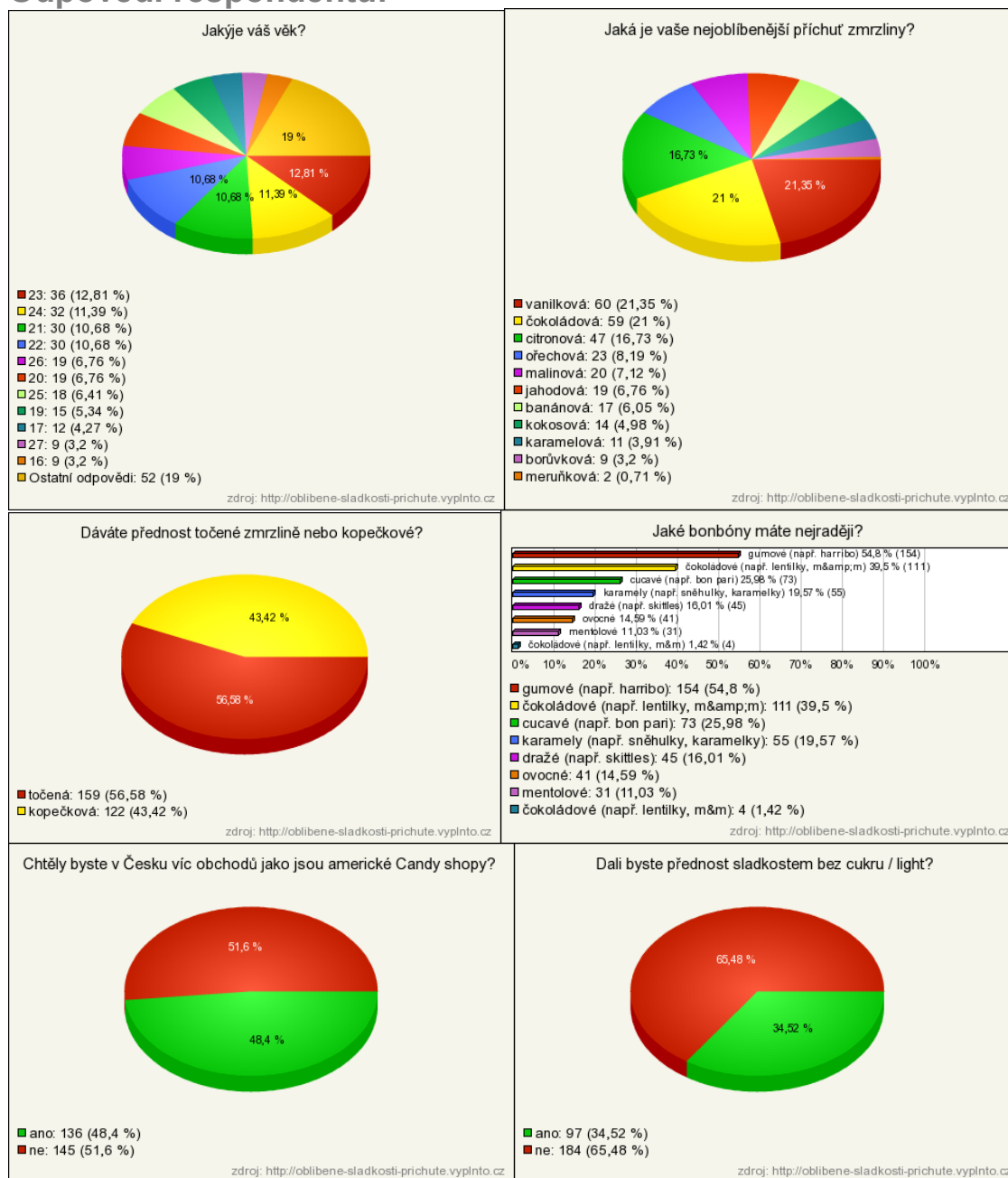
Autor průzkumu: Barbora Oudesová

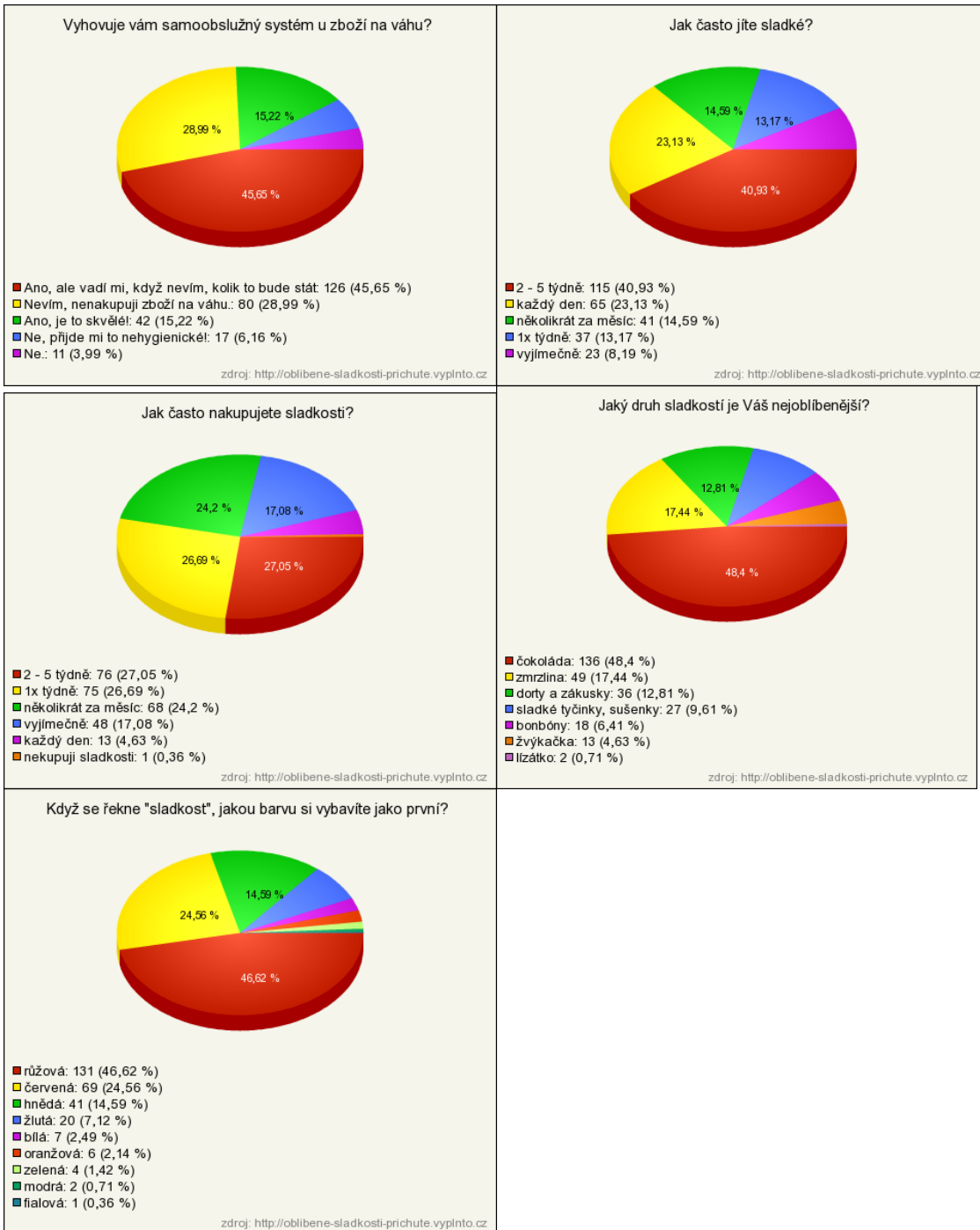
Šetření : 23.4.2013 - 27.4.2013

Počet respondentů: 281

Počet otázek: 12

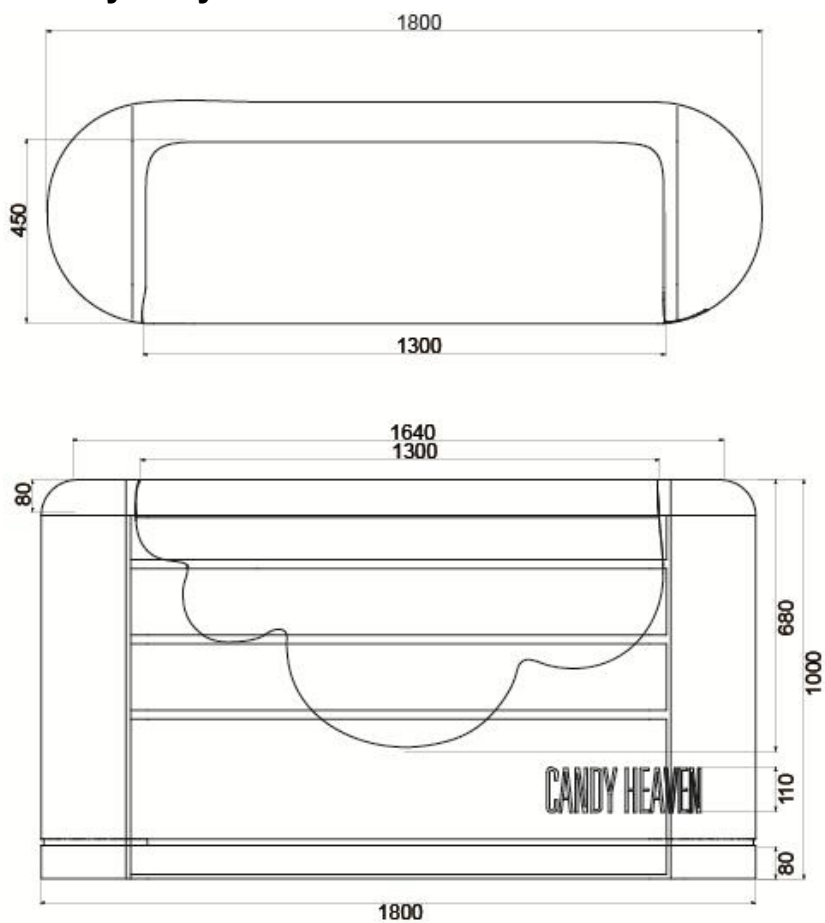
#### Odpovědi respondentů:



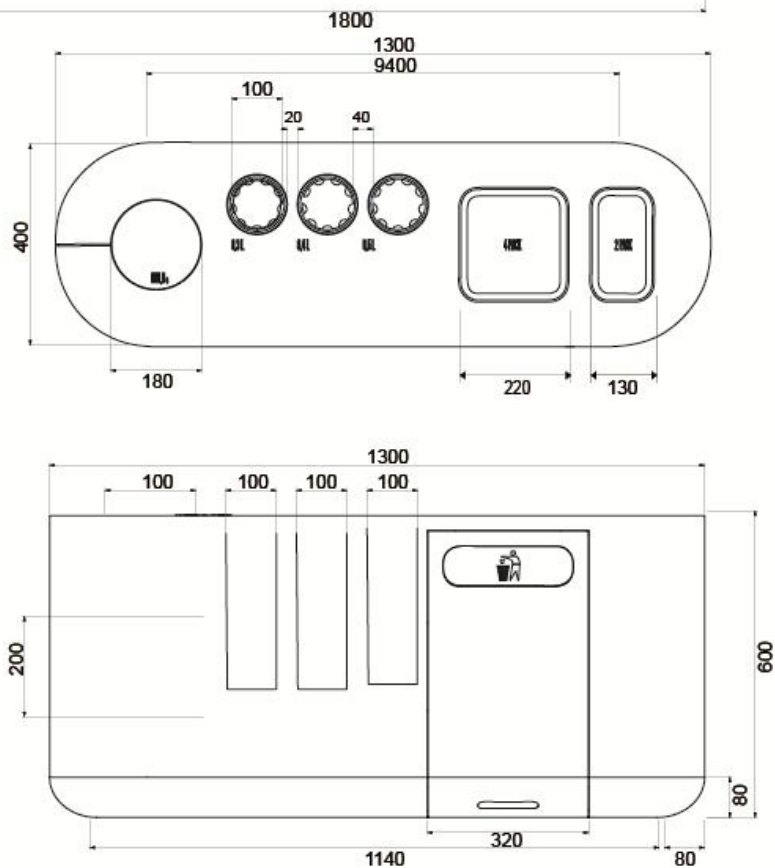


## Příloha č. 9 - Rozměrové výkresy

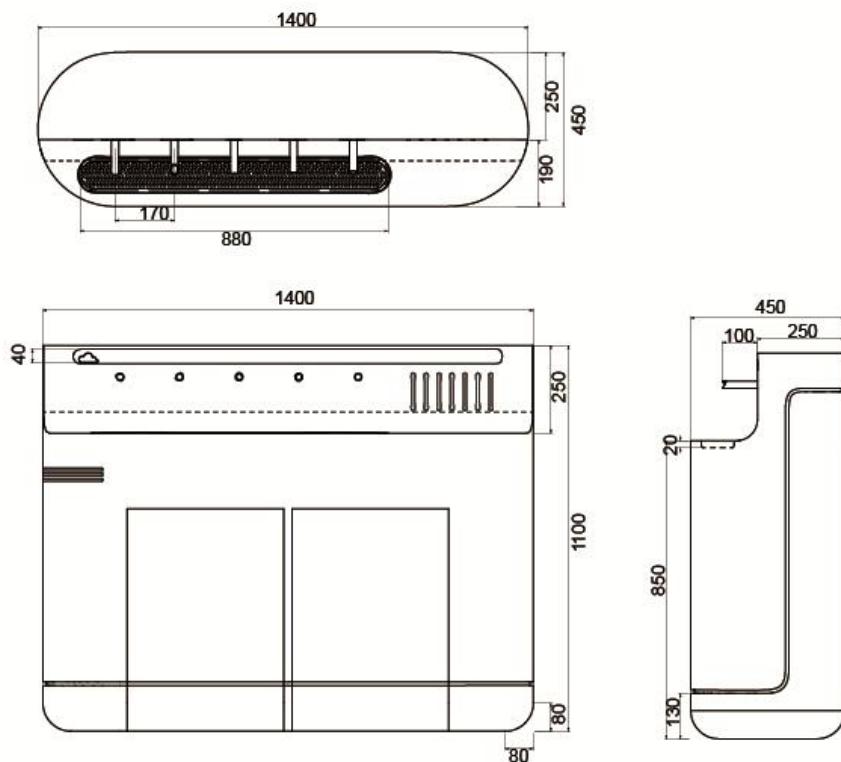
Pult No.1 - prodejní pult  
ROZMĚRY  
[mm]



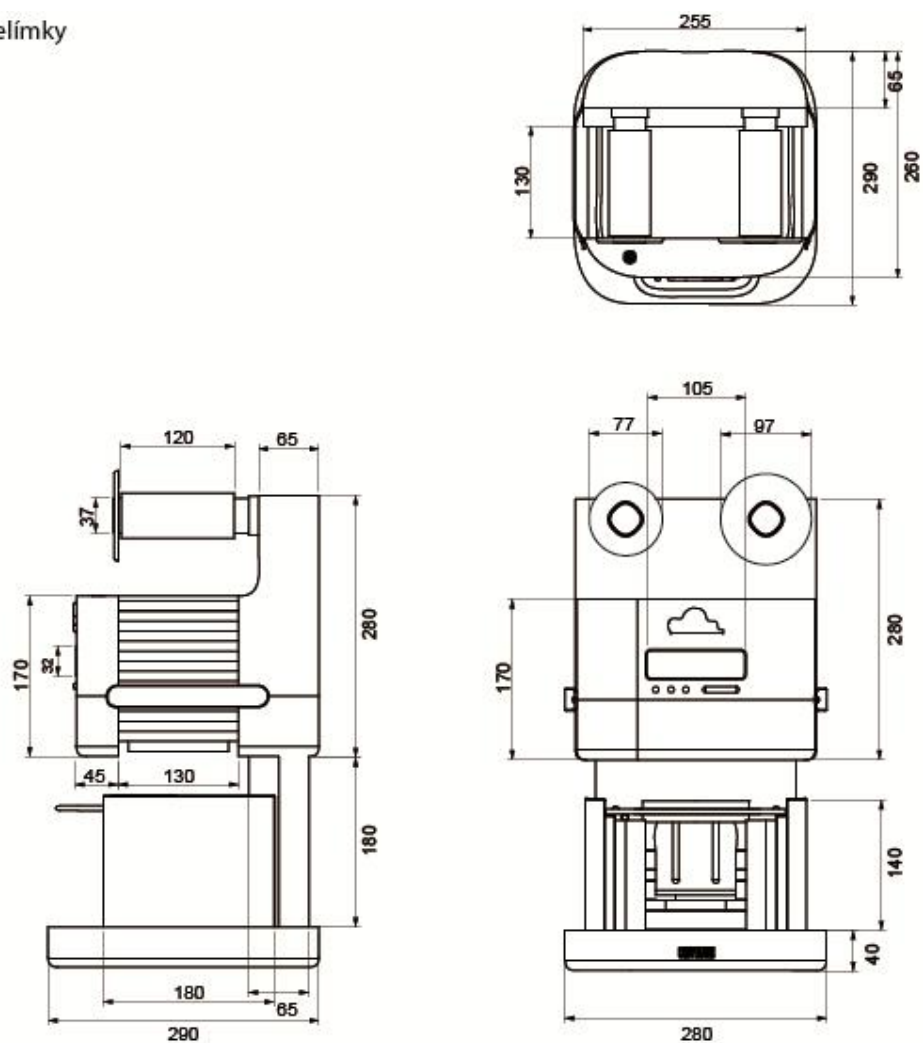
Pult No.2 - malý pult  
ROZMĚRY  
[mm]



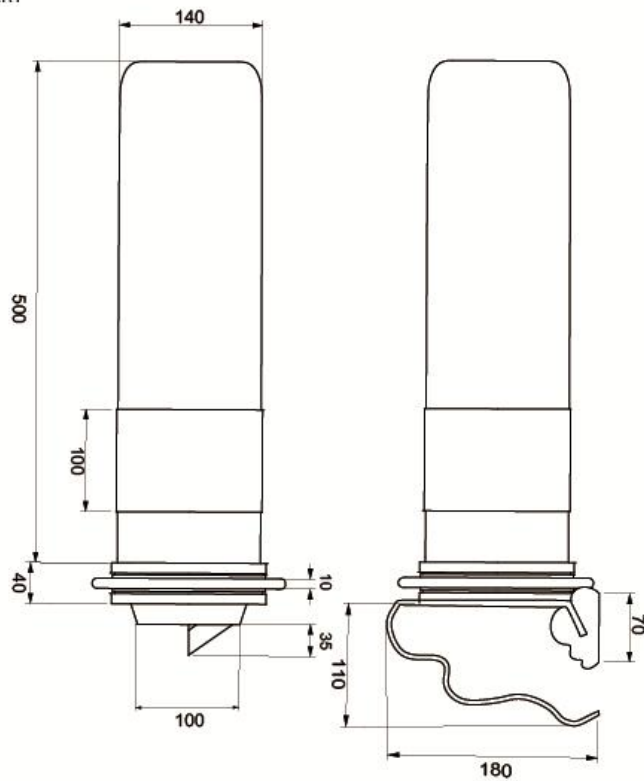
Pult No.3 - zmrzlinový pult  
ROZMĚRY  
[mm]



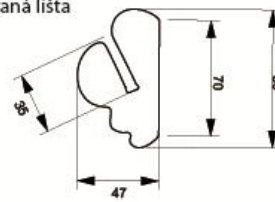
Uzavírací stroj na kelímky  
ROZMĚRY  
[mm]



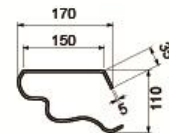
Zásobník na cukrovinky  
ROZMĚRY  
[mm]



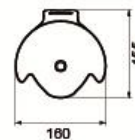
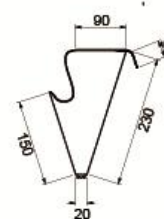
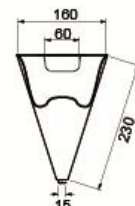
Profilovaná lišta



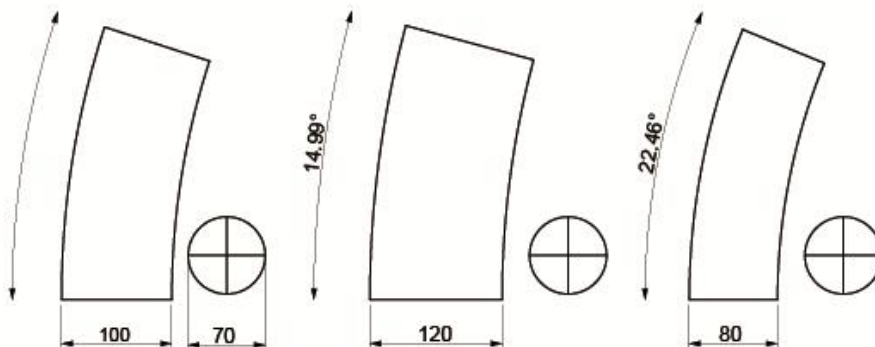
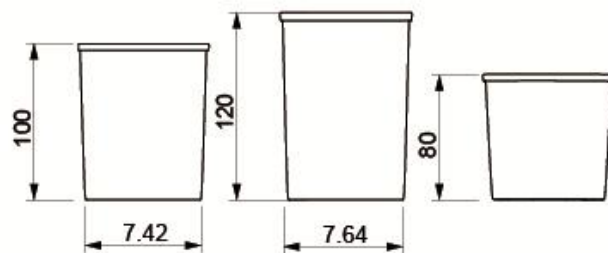
Policový díl



Držák na polevu



Papírové kelímky  
ROZMĚRY  
[mm]



## **Příloha č. 10 - CD-ROM**

- úplná dokumentace závěrečné bakalářské práce v digitální podobě