

Analýza výstavy z pohledu Arts Logistics ve Vlastivědném muzeu v Olomouci

Veronika Recová

Bakalářská práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta logistiky a krizového řízení

Ústav logistiky

akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Veronika RECOVÁ**
Osobní číslo: **L10163**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Logistika a management**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Analýza výstavy z pohledu Arts Logistics ve Vlastivědném muzeu v Olomouci**

Zásady pro vypracování:

1. Na základě dostupné literatury zpracujte teoretické poznatky z oblasti Arts Logistics a muzeologie
2. Proveďte analýzu současného stavu Arts Logistics výstavy ve Vlastivědném muzeu v Olomouci
3. Na základě provedené analýzy formulujte návrhy a doporučení na zlepšení práce Vlastivědného muzea v Olomouci

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

[1] PERNICA, Petr a kol. Arts logistics. Praha: Oeconomica, 2008. 425 s. ISBN 978-80-245-1412-3.

[2] BENEŠ, Josef. Základy muzeologie. Opava: Open Education, 1997. ISBN 80-901-9743-4.

[3] SCHULTE, Christof. Logistika. Praha: Victoria Publishing, 1994, 301 s. ISBN 80-856-0587-2.

Další odborná literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

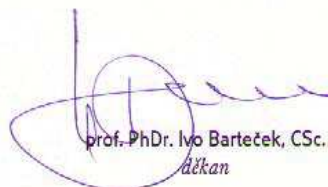
Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Marek Tomaščík, Ph.D.**

Ústav logistiky

Datum zadání bakalářské práce: **25. února 2013**

Termín odevzdání bakalářské práce: **10. května 2013**

V Uherském Hradišti dne 25. února 2013


prof. PhDr. Ivo Barteček, CSc.
děkan




RNDr. Ing. Lenka Cimbálníková, Ph.D., MBA
ředitel ústavu

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním bakalářské 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 předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v archivu Fakulty logistiky a krizového řízení Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji bakalářskou 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 předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – bakalářskou 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);
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

- že jsem na bakalářské práci pracoval/a samostatně a použitou literaturu jsem citoval/a. V případě publikace výsledků budu uveden/a jako spoluautor/ka
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

V Uherském Hradišti dne 4.5.2013


.....
podpis studenta/ky

ABSTRAKT

Bakalářská práce je věnována tématu Arts Logistics. V bakalářské práci je analyzována výstava Historické cukrárny, kterou pořádalo Vlastivědné muzeum v Olomouci. V úvodu bakalářské práce jsou definovány základní muzeologické termíny a termíny Arts Logistics. V praktické části je provedena analýza přípravy, průběhu a likvidace výstavy Historické cukrárny ve Vlastivědném muzeu v Olomouci. A dále jsou dána doporučení na zlepšení chodů procesů Vlastivědného muzea v Olomouci při realizaci výstav.

Klíčová slova: muzeum, muzeologie, výstava, logistika, Arts Logistics.

ABSTRACT

The topic of my Bachelor Study is The Analysis of The Historical Confectioner's Shop Exhibition by The Museum Of National History And Science in Olomouc from the perspective of Arts Logistics. The introduction of my Bachelor Study is dedicated to the definitiv of basic Museum Management and Arts Logistics terms. In the practical part of my Bachelor Study is analysed the preparation, the progress and the removal of The Historical Confectioner's Shop Exhibition by The Museum Of National History And Science in Olomouc and given suggestions to improve processes of exhibition realizations held by this institution.

Keywords: museum, museum management, exhibition, logistics, ArtsLogistics.

Ráda bych poděkovala panu Mgr. Markovi Tomašíkovi, Ph.D. za odborné vedení, cenné rady a připomínky, které mi poskytl při zpracování této bakalářské práce.

Rovněž bych chtěla poděkovat zaměstnancům Vlastivědného muzea za poskytnuté informace a materiály k vypracování práce.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 MUZEUM	11
1.1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	12
1.2 VÝSTAVA / EXPOZICE.....	16
2 LOGISTIKA	18
2.1 POJEM A VÝVOJ LOGISTIKY	18
2.2 DEFINICE LOGISTIKY	19
2.3 ZÁKLADNÍ TERMINOLOGIE K OBECNÉMU POJETÍ LOGISTIKY	19
3 VYUŽITÍ LOGISTIKY V KULTURNÍ SFÉŘE	21
3.1 MUZEUM JAKO LOGISTICKÝ PROBLÉM.....	22
3.1.1 Akvizice	22
3.1.2 Tezaurace	23
3.1.3 Prezentace	24
3.2 MOBILITA SBÍRKOVÝCH PŘEDMĚTŮ	26
3.2.1 Zápůjčky/výpůjčky.....	27
3.2.2 Balení a transport	27
3.3 VÝSTAVNÍ LOGISTIKA	28
4 METODY VÝZKUMU	31
II PRAKTICKÁ ČÁST	33
5 VLASTIVĚDNÉ MUZEUM V OLOMOUCI	34
5.1 Z HISTORIE VLASTIVĚDNÉHO MUZEA V OLOMOUCI	34
5.2 SOUČASNÉ VLASTIVĚDNÉ MUZEUM V OLOMOUCI.....	34
5.3 VLASTIVĚDNÉ MUZEUM V OLOMOUCI V ROCE 2012	35
5.4 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA	37
5.5 ZÁKLADNÍ EKONOMICKÉ ÚDAJE O HOSPODAŘENÍ ZA ROK 2012.....	38
6 VÝSTAVA HISTORICKÉ CUKRÁRNY	39
6.1 CHARAKTERISTIKA, CÍL VÝSTAVY A OKRUH NÁVŠTĚVNÍKŮ	39
6.2 DOBA TRVÁNÍ VÝSTAVY	41
6.3 HARMONOGRAM, PLÁNOVÁNÍ VÝSTAVY	41
6.4 VÝSTAVNÍ PROSTOR	43
6.5 SBÍRKOVÉ PŘEDMĚTY	44
6.6 PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ VÝSTAVY.....	44
6.7 PROPAGACE.....	45
6.8 LOGISTIKA VÝSTAVY.....	46
6.9 VERNISÁŽ VÝSTAVY	46
6.10 DOPROVODNÉ AKCE	47
6.11 NÁKLADY VÝSTAVY	47
7 ANALÝZA VÝSTAVY HISTORICKÉ CUKRÁRNY	48
8 ZHODNOCENÍ A ZÁVĚREČNÁ DOPORUČENÍ	56

ZÁVĚR	59
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	60
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	63
SEZNAM OBRÁZKŮ	64
SEZNAM TABULEK.....	65
SEZNAM PŘÍLOH.....	66

ÚVOD

Již řadu let se vedou diskuze, nejen mezi odborníky, nad tématem, zda je možné aplikovat nejrůznější ekonomické teorie s jejich neviditelnou rukou trhu na oblasti kultury nebo obecněji neziskového sektoru. Proč se tedy v rámci kulturních organizací zabývat logistikou, když logistika je běžně spojována s podnikáním v tržním prostředí? Především logistika není ekonomickou teorií, ale manažerskou praxí (i když je rozvíjena i její teorie) s širokými možnostmi využití všude tam, kde je potřeba sladit řetězce nejrůznějších aktivit, abychom dosáhli výsledku, jež má synergickou povahu, čili abychom přeměnili heterogenní počáteční stav věcí na homogenní výsledný stav.

Může jít jak o jednorázovou akci, ale také o vytvoření systému s relativně stálou strukturou a požadovaným chováním. Logistiku je možné uplatnit jak na procesní úrovni, tak na úrovni strategické a rozhodně se neomezuje pouze na výrobní sféru. Její dvě základní hlediska – čas a hospodárnost – zpružňují a zefektivňují činnost jakékoli organizace, v níž je logistika aplikována. Stejně jako v oblasti tržních subjektů se předpokládá, že se tak stane i v organizacích působících v oblasti kultury.

Cílem bakalářské práce je analýza výstavní činnosti ve Vlastivědném muzeu v Olomouci z pohledu Arts Logistics. A na základě výsledku provedené analýzy zpracovat hodnocení a doporučení ke zlepšení současného stavu chodu procesu při realizaci výstav.

Bakalářská práce je rozdělena do dvou logických částí. V teoretické části je na základě studia odborné literatury zpracovaná literární rešerše týkající se problematiky muzea, muzeologie, logistiky a využití logistiky v kulturní sféře. Jsou vysvětleny a popsány pojmy související se zadáním práce, jež jsou nezbytné pro pochopení následující praktické části.

Druhá část je orientovaná na praktickou oblast, která se zaměřuje na samotnou analýzu přípravy výstavy. Nejprve je uveden stručný popis Vlastivědného muzea v Olomouci a popis analyzované výstavy Historické cukrárny. Dále jsou popsány jednotlivé kroky při přípravě výstavy a také bylo provedeno dotazníkové šetření u návštěvníků výstavy.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MUZEUM

Termín muzeum může označovat instituci, zařízení nebo místo vybavené pro provádění selekce, studia a prezentace hmotných i nehmotných svědectví člověka a jeho prostředí. Forma a funkce muzea se v průběhu staletí značně měnily. Obsah se diverzifikoval, stejně jako poslání, tak i způsob fungování či řízení. [4]

V nejobecnější charakteristice lze poslání muzea formulovat jako uchování vybraných dokladů k vývoji přírody i společnosti a jejich využívání k rozvoji kultury, vědy a výchovy. [2]

V muzeologické literatuře se setkáváme s četnými pokusy o charakteristiku, respektive definování pojmu muzeum. Je pochopitelné, že úroveň těchto pokusů se významně liší. Přesto nám však v určitém časovém i autorském výběru mohou posloužit pro vstupní orientaci.[16]

David Murray, Anglie (1904): „*museum je sbírka starožitných památek a jiných objektů významných pro studující a vědce, uspořádaná a vystavená podle vědecké metody*“. [3, s. 36]

Zákon o muzeích a galeriích č.54/1959 Sb. (1959): „*muzea a galerie jsou ústavy, které na základě průzkumu, popřípadě vědeckého výzkumu plánovitě shromažďují, odborně spravují a vědeckými metodami zpracovávají sbírky hmotného dokladového materiálu o vývoji přírody a společnosti, o uměleckém tvoření nebo o jiném druhu lidské činnosti a využívají těchto sbírek ke kulturní a osvětové činnosti*“. [3, s. 36]

Mezinárodní muzejní rada ICOM, Paříž (1974): „*muzeum je stálá instituce nevýdělečného charakteru, která slouží společnosti a jejímu rozvoji, je přístupná veřejnosti a provádí výzkum materiálních dokladů člověku a jeho prostředí, získává je, konzervuje, komunikuje a především je vystavuje s cílem studia, výchovy a potěšení*“. [3, s. 36]

Josef Beneš (1978): „*muzeum je veřejná kulturní instituce, která - v rámci dělby práce s jinými institucemi – soustavně vytváří a uchovává sbírky hmotných dokladů k vývoji přírody a společnosti na vytyčeném území, popř. v některém oboru lidské činnosti, a využívá jich k rozvoji vědy, kultury i výchovy, především jejich vystavováním pro širokou veřejnost*“. [3, s. 36]

Zbyněk Stránský (1980): „*muzeum - současná institucionální forma – její jádro, jejímž prostřednictvím se uskutečňuje specifický vztah člověka ke skutečnosti, tj. vztah*

muzeality. Pro jeho existenci je charakteristické plnění dokumentačně – komunikační funkce. zařízení, která neplní tuto dialekritickou úlohu, nejsou v pravém smyslu muzeem“. [3, s. 36]

André Devallées, Francie (1995): *„muzeum je instituce stálá, nevýdělečná, otevřená veřejnosti. Jeho posláním je vzbuzovat v lidském vědomí vztahy ke skutečnosti tím, že je registruje, studuje, a zhodnocuje, eventuálně shromažďuje a uchovává a komunikuje souhrn přírodních a kulturních svědectví. K tomuto cíli užívá prostředků soupisu, analýzy, dokumentace, výchovy a expozice, co nejvíce vyhovující službě společnosti“.* [3, s. 36]

Z definic má být patrné poslání muzea s určením cíle. Samozřejmě se pojetí muzea a jeho definic časem mění podle toho, jak se proměňují nároky společnosti.

1.1 Vymezení základních pojmů

Během ujasnění pojmu muzea z hlediska muzeologického nejde jen o čistě praktickou záležitost, která má odlišit instituce muzea od jiných zařízení, ale o teoretické vymezení zájmové sféry muzeí v rovině institucionální. Hovorově se užívá termínu muzeum příliš široce, postihuje např. i soukromé sbírky starožitností, protože nerespektuje logické vymezení tohoto pojmu. Na druhé straně existuje ve vědomí vědců zase pojetí příliš úzké jež postihuje jen tzv. vědecká muzea orientovaná na výzkum. Obecně se muzeem myslí budova se sbírkami, které jsou přístupné veřejnosti. [3]

Vytkneme-li základní znaky muzea jako společnosti sloužící instituce, půjde o tyto znaky: je to kulturní instituce, která je stálá, nevýdělečná, pracující s hmotnými výtvoři přírody a člověka jako příslušným pracovním prostředkem, s programem dokumentačním i prezentačním (uchování i uplatňování sbírek), který se týká proměn prostředí a způsobu života vcelku, nebo specializovaně některých lidských činností, což se projevuje i v názvu muzea. [3]

Sbírkový předmět – muzeálie

Sbírkovým předmětem je věc movitá nebo nemovitá či soubor těchto věcí, a to přírodnina (kámen, kost, květina atd.) nebo lidský výtvor (socha, malba, židle, sklenice atd.), které jsou zapsány v evidenci muzea. Muzea sbírají předměty podle svého zaměření a na základě své strategie sbírek. [21]

Vystavovat můžeme jednotlivou muzeálii, tj. převést ji do úlohy exponátu (exponátem je pouze prezentovaná muzeálie). Míra jeho působení je závislá na jeho vlastní sdělnosti,

tj. co je sám schopen komunikovat. Ovšem vezmeme-li více exponátů a vystavíme je do prostoru ve významovém vztahu, zmnožíme jejich působení a vytvoříme znakovou soustavu s mnohem vyšším sdělovacím významem, než mají exponáty vystavené jednotlivě. [17]

Sbírkotvorná činnost muzea

Sbírkotvorná činnost je nejdůležitějším posláním muzeí a každá kvalitně vedená sbírka zvyšuje jejich prestiž. Rozdíl mezi nahodilým sbíráním věcí a tvorbou sbírky je víceméně součtem hodnot jednotlivých předmětů, protože vytvářením sbírky vzniká hodnota zcela nová. Je to tím, že se hodnoty jednotlivých předmětů ve sbírce navzájem umocňují a také tím, že spolu se sbírkovými předměty se uchovává i dokumentace k nim. Tato pak výrazně zvyšuje vypovídající schopnost sbírky. [20]

Způsob získávání předmětů do muzejní sbírky je mnoho: darem, převodem vlastnictví, pozůstalostí, dědictvím či archeologickým či přírodovědeckým nálezem, nákupem, sběrem, vlastní archeologickou činností apod. Každé muzeum, které provádí sbírkotvornou činnost, má posléze muzejní sbírku nebo sbírky. Tyto sbírky většinou odpovídají profilu a zaměření muzea.

Sbírka muzejní

Sbírka muzejní je soubor dokladů určitého oboru, vytvářený soustavně a aktivně se záměrem vytvářet vědecký obraz původní skutečnosti, její sbírkový model, shodný v základních znacích. Tvoří ji předmětové, obrazové i textové, popř. zvukové originální doklady, původní výtvořky i dokumenty záměrně pořízené, jednotně zpracované a systematicky utříděné tak, aby byly k dispozici pro vědecké i výchovné využití. [2]

Expozice

Prezentační forma dlouhodobé povahy jakožto základní programová nabídka muzea, odpovídající jeho profilu a zaměření. [2]

Výstava

Prezentační forma krátkodobé povahy na několik týdnů, zpravidla tematicky užší než expozice, oživuje nabídku programu pro veřejnost. Umožňuje vystavení sbírek z depositářů i vypůjčených kolekcí, získává muzeu nové návštěvníky. [2]

Putovní výstava

Putovní výstava je zvláštní druh muzejní výstavy připravované předem pro postupné využití na několika místech a proto uzpůsobené také pro podmínky snadného transportu, montáže a demontáže. [2]

Depozitář

Sbírkové předměty se trvale ukládají ve vyhrazených depozitářích, což jsou prostory k tomuto účelu určené a podléhající speciálnímu režimu. V depozitářích musí být zajištěn stav prostředí odpovídající charakteru sbírkových předmětů, zejména stálá přiměřená teplota a vlhkost vzduchu, minimální prašnost a ochrana proti světelnému záření. Každý depozitář musí mít jmenovaného pracovníka odpovědného za správu depozitáře a sbírkových předmětů v nich uložených, kterým je kurátor sbírky. Kvalitní depozitáře by měly splňovat všechny požadavky prevence a vytvářet takové klimatické prostředí, ve kterých bude proces degenerace sbírkových předmětů co nejpomalejší. [23]

Kurátor sbírky

Práce kurátora je náročná a kreativní práce. Kurátor je bezprostředním tvůrcem a správcem sbírky a podílí se rozhodujícím způsobem na přípravě strategie sbírkotvorné činnosti, zpravidla je autorem základních podkladů pro její zpracování, předkládá návrhy na získání nových přírůstků, na výměnu sbírkových předmětů a na vyřazování předmětů ze sbírkové evidence. Kurátor také organizuje sběry sbírkových předmětů. Aby mohl vytvořit sbírku, musí znát vývoj sbírky, kterou spravuje. Kurátor musí znát aktuální situaci na trhu s potenciálními sbírkovými předměty včetně základní orientace v tržních cenách na domácím i zahraničním trhu. Shromažďuje a vytváří průvodní dokumentaci ke sbírkovým předmětům. Dále musí být zblhlý v zásadách muzejní selekce a muzejní tezaurace.[21]

Centrální evidence sbírek (CES)

Centrální evidence sbírek CES je spravována podle zákona č. 122/2000 Sb., o ochraně sbírek muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů. Ces je veřejnosti přístupný informační systém, do kterého se zapisují sbírky, jejichž vlastníkem je Česká Republika nebo územně správní celek. Sbírkový ostatních vlastníků se do CES zapisují na základě žádosti vlastníka sbírky, schválené ministerstvem. Tento systém zřizuje Ministerstvo kultury České republiky. [22]

Námět výstavy

Námět výstavy je první stupeň v přípravě výstavního projektu. Námět je stručný písemný materiál, shrnující základní informace o zamýšlené výstavě, jejím poslání, obsahu a naznačuje provedení. [17]

Libreto výstavy

Libreto výstavy je druhý stupeň textové části projektu expozice či výstavy. Libreto vychází z námětu, je tedy podrobnější, avšak stále se jedná jen o podkladový materiál určený k dalšímu zpřesňování a upravování. Libreto rozpracovává scénárista. [17]

Scénář výstavy

Scénář výstavy je konečné znění textové složky výstavního projektu, obrazem výstavy, shrnující vše podstatné do definitivní podoby a potřebných detailů. Scénář se píše do dvou sloupců, zpravidla má vlevo soupis exponátů a vpravo jim odpovídající texty, v rozčlenění, které odpovídá jednotlivým úsekům i příslušným prostorovým podmínkám. [2]

Preparování

Preparováním se rozumí činnost, jíž se dosahuje vnějšího vzhledu předmětu, který je co nejpodobnější vzhledu předmětu v jeho původním prostředí a původních souvislostech. O preparování mluvíme zejména u přírodnin, kde je to nezbytné pro jejich trvalé uchování a jejich prezentování. [21]

Konzervování

Konzervováním se rozumí činnosti, které vedou k zachování předmětu ve stavu, v jakém byl v době, kdy se stal muzeálií. Konzervování se provádí za účelem zastavení destruktivních procesů, které poškozují fyzický stav předmětu, a ke zvýšení odolnosti předmětu proti působení vnějších vlivů. [21]

Restaurování

Restaurováním se rozumí činnosti, které vedou k obnovení původního stavu věci. Restaurování vyžaduje vysokou míru odbornosti, protože je vždy značným zásahem do autenticity předmětu. Je třeba pečlivě zvážit, nakolik snaha o dosažení „původního stavu“ vede k nečitelnosti „životopisu“ předmětu a zastírá jeho historický charakter. [21]

1.2 Výstava / Expozice

Expozice a výstava jako dvě rozdílné formy muzejní prezentace, jež dohromady tvoří hlavní programovou nabídku muzea pro veřejnost. „*Základní program statického rázu tvoří expozice, dynamickou složku v nabídce programů tvoří tematické výstavy.*“ Jak expozice, tak výstava musí respektovat základní princip muzejní prezentace. Ale protože se v mnoha aspektech od sebe liší a vykazují některé specifické znaky, je jejich ztotožňování či zaměňování nesprávné. [1]

Výstava je krátkodobá akce na několik týdnů s možností reprízy na jiném místě. Výstava je prezentací vybraných předmětů a umožňuje krátkodobě vystavit i choulostivé exponáty. Výstava probíhá v menších výstavních sálech s použitím variabilního zařízení, s ohledem na rozsah výstavy a vystavované exponáty. [1]

Výstavy bývají návštěvníky velmi oblíbené, protože na rozdíl od stálých expozic přinášejí zpestření a obohacují návštěvníky o nové pohledy na třeba již několikrát pojatá témata. Proto zvolení vhodného tématu a sbírkových předmětů, které ho nejlépe ilustrují, je největší prací odborných zaměstnanců muzea pořádajících výstavy.

Jak již bylo výše řečeno, termín expozice označuje dlouhodobé výstavy. Dlouhodobá, nikoli trvalá akce, vytvářená na 10 – 15 let využití - přesto by se měly po nějaké době obměňovat, protože jenom tak přijdou stávající návštěvníci opakovaně. Muzea na expozicích vystavují především sbírkové předměty z vlastních sbírkových fondů. Návštěvníci tak mají příležitost vidět nejcennější sbírkové předměty muzea, které nejvíce odrážejí jeho sbírkotvorný koncept. Na začátku každé přípravy stojí ústřední myšlenka, která je základním parametrem přitažlivosti expozice pro návštěvníka. Poté následuje nelehká práce, kdy se musí vybrat exponáty, které nejlépe vystihují koncept expozice.

„Kvalitu a efektivitu expozice však nevytváří jen atraktivita tématu nebo kvalita jednotlivých exponátů, ale vždy ji zásadně podmiňuje způsob jejich prezentace. Ten modifikuje a spoluvytváří význam jednotlivých objektů a především možnost divákovy vnímání. Expozice je tedy svébytná kulturní forma, prostorový artefakt a komunikační médium, které svá poselství a významy předává pro něj specifickými způsoby.“ [6, s. 171]

Proces přípravy expozice a výstavy je důležitý a náročný a měl by tedy zahrnovat ideový námět, libreto, výběr exponátů a scénář výstavy. Po té by mělo následovat zadání architektonického řešení, architektonicky-výtvarné řešení, technický scénář a v poslední

řadě rozmístění exponátů, jejich instalace, testování a hodnocení. Kvalitní expozice či výstavy by měly v návštěvnících zanechat stopu, měly by být esteticky zajímavé a zábavné. Proto by měly být primárně směřovány k návštěvníkům. [6]

2 LOGISTIKA

Ač se může zdát slovo logistika fenoménem posledních desetiletí, jeho prapůvod je mnohem starší. Potřeba organizovat materiálové toky, zejména pak zásobování různých subjektů (armády, obyvatelstva, velkých stavebních děl jako byly pyramidy, čínská zeď atd.) byla nezbytná již ve středověkém Egyptě, Řecku, Římě i Byzancii, pochopitelně nejprve v armádě. [12]

2.1 Pojem a vývoj logistiky

Původ logistiky můžeme odvozovat nejspíše od řeckého *logistikon*, *důmysl*, *rozum*, nebo *logos* - slovo, řeč, myšlenka, pojem, rozum, zákon, pravidlo, smysl. [11]

Logistika se nejdříve začala objevovat ve vojenství. Traduje se, že byzantský císař Leontos VI. na konci 9. a začátkem 10. století napsal, že předmětem logistiky je: „*mužstvo zaplatit, příslušně vyzbrojit a vybavit ochranou i municí, včas a důsledně se postarat o jeho potřeby a každou akci v polním tažení příslušně připravit*“, čímž jako první zformuloval zásady vojenské logistiky. [9, s. 6]

Podrobněji byla logistika rozvedena v práci „*Náčrt vojenského umění*“ francouzského generála švýcarského původu Antonie-Henri Jomini, vydané v Paříži v roce 1837. Určil „*major general de logis*“, „*důstojníky, kteří zajišťují ubytování a tábory pro útvary, určují pochodové směry při přesunech a upřesňují je podle místních podmínek*“. [10, s. 15]

Úspěšné uplatnění logistiky za druhé světové války při přípravě a provádění operací spojeneckých vojsk na západní frontě, vedlo po válce k rozšíření logistiky na řešení analogických problémů v civilní sféře. Vznikala tak hospodářská logistika s řadou účelových aplikací, nejčastěji jako podniková logistika. [14]

Existuje celá řada definic vztahujících se k pojmu logistika. Stručně lze říct, že logistika se zabývá pohybem zboží a materiálu z místa vzniku do místa spotřeby a s tím souvisejícím informačním tokem. Týká se celého oběhového procesu, tzn. především dopravy, řízení zásob, manipulace s materiálem, balení, distribuce a skladování. Zahrnuje také komunikační, informační a řídicí systémy. Jejím úkolem je zajistit správné materiály na správném místě, ve správném čase, v požadované kvalitě, s příslušnými informacemi a s odpovídajícím finančním dopadem. [5]

2.2 Definice logistiky

V knize Logistika – teorie a praxe, definují Josef Sixta a Václav Mačát logistiku jako „... řízení materiálového, informačního i finančního toku s ohledem na včasné splnění požadavků finálního zákazníka a s ohledem na nutnou tvorbu zisku v celém toku materiálu. Při plnění potřeb finálního zákazníka napomáhá již při vývoji výrobku, výběru vhodného dodavatele, odpovídajícím způsobem řízení vlastní realizace potřeby zákazníka, vodným přemístěním požadovaného výrobku k zákazníkovi a v neposlední řadě i zajištění likvidace morálně i fyzicky zastaralého výrobku.“ [14, s. 25]

„Věda používá pojem logistika pro systémovou teorii zahrnující všechny procesy, které slouží k překonávání prostoru a překlenutí času libovolných objektů – logistika je plánování potřeby, výkonu, času a prostoru, jakož i řízení a provádění plánovatelných materiálových toků při hledání nákladového optima“. (RUPER, P. – SCHEUCHZER, R.: Lager – und Transport logistik, Zurich, Verlag Industrielle Organization 1988) [14, s. 21]

Logistický přístup je vhodný pro řešení velmi širokého spektra problémů. S ohledem na aplikační potenciál logistiky je třeba chápat ji obecněji, než se děje v převažujících aplikacích hospodářské sféry, kde se operuje s kategoriemi a pojmy trh, výroba a oběh, finální produkce a zakázka. Vyloučíme-li je, vyplyne nám obecná definice logistiky. „Logistika je systémová disciplína, která se zabývá slad'ováním (koordinací, synchronizací a celkovou optimalizací) všech aktivit v rámci samoorganizujících se systémů, jejichž zřetězení je nezbytné k pružnému a hospodárnému dosažení daného konečného (synergického) efektu“. [10, s. 223]

Samozřejmě, autoři těchto definic neměli na mysli zrovna muzejní logistiku a tento fakt je nutno vzít v potaz, nicméně uvedené definice rámcově vystihují téma, kterému se tato práce bude dále věnovat.

2.3 Základní terminologie k obecnému pojetí logistiky

Z dalších odborných termínů, které budou v bakalářské práci využívány, je vhodné zmínit termín logistický řetězec, který je podle Pernici definován: „v obecné rovině je to provázaná posloupnost všech aktivit, jejichž uskutečnění je nutnou podmínkou k dosažení daného konečného efektu, který má synergickou povahu. V aplikační rovině jde o soubor hmotných a nehmotných (především informačních) toků probíhajících v řadě dodávajících

a odebírajících článků. Procesy v něm mají hodnototvorný charakter, přičemž přidávání hodnoty se stupňuje ve směru ke konečnému zákazníkovi“. [11, s. 1660]

Pernica také definuje logistický management: *„je řízení vytváření a praktické uplatňování logistického systému organizace tak, aby veškeré toky (hmotné, nehmotné, informační, peněžní) probíhaly plynule, co možná nejrychleji a nejehospodárněji“.* [11, s. 1659]

Termín logistické náklady Pernica definuje: *„náklady spojené s logistickými výkony a s disponibilitou logistických zařízení. Udávají se jako celkové náklady na logistický řetězec nebo jako náklady na dílčí procesy v rámci řetězce, popř. i průřezově v rámci organizace, a to v absolutní výši nebo vztažené na jednici logistických výkonů, na produkt či službu apod.“.* [10, s. 28]

Jako další z významných termínů používaných v muzeích bych zmínila logistické služby: *„individualizované služby poskytovatelů, určené klientům, v souvislosti s outsourcingem v logistice, resp. outsourcingem logistiky. Outsourcing obecně je přenesení vedlejší činnosti klienta na externího poskytovatele služeb, motivované soustředěním klienta na hlavní činnost (jeho zeštíhlením), resp. snahou dostat se rychle nebo bez nepřiměřených nákladů na světovou úroveň. Vyžaduje zpracování strategie, ujasnění vztahů s budoucím poskytovatelem a zvážení možných rizik. V logistice je možné outsourcovat dílčí činnost (outsourcing v logistice), až po realizaci a řízení celého logistického řetězce nebo systému (outsourcing logistiky)“.* [10, s. 29]

Uvedené logistické činnosti jsou v muzeích využívány ve své specifické formě, která je přizpůsobena charakteru veřejné instituce.

3 VYUŽITÍ LOGISTIKY V KULTURNÍ SFÉŘE

Již řadu let se vedou, diskuze nejen mezi odborníky, nad tématem, zda je možné aplikovat nejrůznější ekonomické teorie s jejich neviditelnou rukou trhu na oblasti kultury nebo obecněji neziskového sektoru. Proč se tedy v rámci kulturních organizací zabývat logistikou, když logistika je běžně spojována s podnikáním v tržním prostředí? Především, logistika není ekonomickou teorií, ale manažerskou praxí (i když je rozvíjena i její teorie) s širokými možnostmi využití všude tam, kde je potřeba „*sladit řetězce nejrůznějších aktivit, abychom dosáhli výsledku, jež má synergickou povahu, čili abychom přeměnili heterogenní počáteční stav věcí na homogenní výsledný stav*“. [10, s. 7]

Může jít jak o jednorázovou akci, ale také o vytvoření systému s relativně stálou strukturou a požadovaným chováním. Logistiku je možné uplatnit jak na procesní úrovni, tak na úrovni strategické a rozhodně se neomezuje pouze na výrobní sféru. Její dvě základní hlediska – čas a hospodárnost – zpružňují a zefektivňují činnost jakékoli organizace, v níž je logistika aplikována. Stejně jako v oblasti tržních subjektů se předpokládá, že se tak stane i v organizacích působících v oblasti kultury. [10]

Jádrem logistiky je akce (akce vojenských sil, výrobní zakázka, obchodní transakce, sportovní akce, olympiáda, výstavní či veletržní akce, divadelní premiéra, festival, koncert nebo koncertní turné apod.) „*Akci je třeba naplánovat, přemístit do jejího místa všechno potřebné, provést technické zabezpečení, čili uskutečnit řetězec materiálních, informačních, komunikačních a fyzických aktivit, nezbytných k zahájení a hladkému průběhu akce*“. To, co je k provedení akce potřebné (síly, zařízení, kapacity, věci, lidé, informace), jsou zdroje. Úkolem logistiky je tudíž postarat se o tok a rozmístění zdrojů. Zdroje musí být k dispozici tam a tehdy, kde a kdy jim pro akci zapotřebí, v požadovaném množství a kvalitě. Tok zdrojů tedy musí být sladěn, harmonizován, a to z hlediska množství (a kvality) a času – musí být zkoordinován a synchronizován, musí proběhnout s vynaložením přiměřených nákladů – být ekonomicky optimalizován – a to jako celek, nikoliv jako kaleidoskop izolovaných řešení dílčích problémů či jednotlivých částí. Jedině na bázi celistvého, systémového řešení, lze dosáhnout cíle – uskutečnění konečného efektu (úspěchu akce, spokojeného návštěvníka, zákazníka), jenž má povahu synergického efektu. [10, s. 29]

3.1 Muzeum jako logistický problém

Muzejní aktivity jsou značně členité a různorodé, přičemž každá z činností navíc představuje poměrně složitý komplex jednotlivých úkonů. V malých muzeích (na regionální a lokální úrovni) to většinou funguje tak, že každý pracovník musí zvládat několik činností a vedle své vlastní odbornosti získat i další znalosti a dovednosti. Ve velkých muzeích s velkým počtem sbírkových předmětů, a díky tomu i zaměstnanců, se naopak uplatňuje užší specializace a tím roste nárok na komunikaci a koordinaci všech kroků k jednomu cíli. [10]

Práce s uměleckým dílem lze normám a pravidlům podřídit jen do určité míry, stále je třeba ponechávat prostor pro individuální, nestandardní a mimořádná řešení. To neznamená, že by žádná pravidla neexistovala, znamená to pouze, že je nelze vždy a beze zbytku aplikovat na každou činnost. To má pochopitelně za důsledek to, že se veškerá odborná (a nejen odborná) práce snaží i těm sebeobecnějším pravidlům vzepřít. [10]

Hlavní typy muzejních aktivit: akvizice, teaurace, prezentace.

3.1.1 Akvizice (rozvoj sbírky)

Úkolem muzea jako instituce a odborných kurátorů jako zaměstnanců je sbírkově dokumentovat jak současnost, tak i minulost. Aby tento úkol mohla muzea naplňovat, musí se aktivně i pasivně podílet na výběru takových artefaktů, které v průběhu času získají charakter kulturního dědictví. Podstatou akviziční práce muzeologa či kurátora je hledat, nalézt (identifikovat) a vyjmout předmět (sbírku).

Sbírkové předměty se získávají různými majetkoprávními akty: nákupem, darem, převodem a výměnami (za peníze, zadarmo, za jiné dílo). Předměty pocházejí od autora, sběratele, od jiné instituce doma nebo v zahraničí. Akvizice bývá výsledkem systematického vyhledávání nebo nabídky, také příležitostného objevu. K povinnostem kurátorů, kteří jsou odpovědní za sbírky, je neustále sbírku rozvíjet a doplňovat. Při nalezení sbírkového předmětu je nutno posoudit jeho kvalitu a vhodnost vzhledem ke kontextu sbírky, do které má být zařazen, a také přiměřenost požadované ceny, jestliže má jít o zisk za úplatu, aby bylo možno zpracovat návrh na akvizici. K tomu je nezbytné, aby bylo dílo k dispozici fyzicky. Je tedy třeba je do muzea dopravit, což – podle jeho technických parametrů (druhu materiálu, rozměry, váha, stav apod.) může či nemusí

představovat komplikovanou organizační operaci. Dílo je podrobeno uměleckohistorické a chemicko-technické analýze a dalším, dále dle možnosti ověření legálnosti původu. Jsou-li výsledky uspokojivé, vypracuje kurátor písemný návrh v předepsané formě k projednání před odbornou komisí. Komise posuzuje návrh z hlediska vhodnosti pro sbírku a přiměřenosti ceny, svým výrokem dává doporučení k uskutečnění akvizice či odmítnutí. Definitivní rozhodnutí o nabytí stvrzuje statutární zástupce na základě doporučujícího návrhu sbírkotvorné komise. Teprve po té lze přistoupit k administrativním a právním úkonům, které vedou ke skutečnému zařazení předmětu do sbírky. Proces zahrnuje uzavření kupní/darovací/jiné smlouvy, finanční vypořádání, zapsání do chronologické evidence (evidence I. stupeň, přírůstková kniha), do systematické evidence (II. stupeň, inventární kniha), záznam v CES na MK ČR. Teprve záznamem v CES se dílo stává právoplatným sbírkovým předmětem a muzeum s ním může jako s takovým nakládat. Pro rozvoj sbírky je kromě nabývání nových předmětů nezbytné také vyřazování nepotřebných. [10]

3.1.2 Tezaurace (evidence, dokumentace, katalogizace, kvalifikované uložení, revize a kontrola stavu, konzervace/restaurování)

V muzejním prostředí se termínem tezaurace označuje zařazení již vybraných předmětů do sbírkového fondu. Tudíž fáze tezaurace navazuje na fázi akvizice. Ve fázi akvizice kurátoři apod. vybrali do muzea sbírkové předměty a ve fázi tezaurace nastává fáze opatřující.

„Tezaurace určuje reálné muzeálie a formuje jejich soustavy – paměťové tezaury, modelující struktury a dynamiku muzealizované skutečnosti“. [17]

Muzeum se v mnoha ohledech podobá skladu. Tezaurační činnost muzea má se skladovým hospodářstvím mnoho společného. Každé profesionální muzeum musí vést přesnou evidenci všech sbírkových předmětů, vědět přesně a v každém okamžiku, kde se který předmět právě nachází, zaznamenávat každou změnu umístění, bez ohledu na to, zda jde o změnu trvalou, dlouhodobou či krátkodobou. Přesto se muzeum od komerčního skladu komodit nebo výrobků liší v jednom aspektu, a to zásadně: „o věcech, které do něho přibudou jako sbírkové předměty, se předpokládá, že v něm taky zůstanou“. Základní funkcí sběratelské instituce je konzervovat již nashromážděný materiál a dalšími akvizicemi sbírku doplňovat a rozšiřovat. Důležité pro rozvoj sbírky je nejen její rozšiřování, ale také vyřazování předmětů, které se sbírkotvorným procesem staly

nadbytečnými. Když se shromáždí předměty, jejichž kvantita přesáhne kapacitu paměti svého správce, stává se spolehlivá identifikace a evidence nezbytnou, ba klíčovou podmínkou. Muzejní evidence se časem vyvinula v profesionální systém, v České republice dnes kodifikovaný zákonem. Základem jsou dva stupně evidence: I. stupeň – chronologická (přírůstková kniha), II. stupeň - systematická (inventární knihy). Speciální evidenční knihy pro oba druhy evidence pak představují právně závazný doklad o obsahu sbírky, proto jsou tak patřičně chráněny, zvláště uloženy a zápis do nich podléhá striktním pravidlům. Dnes se žádné muzeum neobejde bez počítačového zpracování evidence majetku. Jak plyne z názvů samých, chronologická evidence v přírůstkové knize zaznamenává jednotlivé tituly nabytí v chronologickém pořadí bez ohledu na to, o jakou uměleckou kategorii jde, či které sbírce přísluší správa. Jednotlivým akvizicím se přiděluje přírůstkové číslo v číselné řadě s indexem kalendářního roku. Každý rok tedy začínají přírůstky jedničkou a končí různě podle skutečnosti. Tento princip dobře vypovídá o počtu přírůstků za každý rok, číslo však neodpovídá počtu nabytých uměleckých děl. Jeden nabývající titul totiž nemusí obsahovat pouze jedno dílo, může obsahovat různý počet děl, nevylučují se ani mnohočlenné soubory. Systematické roztrídění přírůstků podle kritérií odborné správy je úkolem druhého stupně evidence. Každému sbírkovému předmětu je přiřazeno inventární číslo s příslušným indexem, které slouží jako trvalý a neměnný identifikátor jednotlivých sbírkových předmětů. [10]

3.1.3 Prezentace

Prezentace je příprava výstavního programu čili zpracování tématu pro následnou komunikaci prezentované skutečnosti. *„Prezentační teorie osvětluje možnosti vizualizace skutečnosti, jejího vyjádření původními prvky tak, aby podání bylo sdělné, atraktivní a člověka zaujalo. „ [3, s. 87]*

Existuje několik způsobů, jak muzejní sbírku prezentovat. Nasnadě je přímé vystavování sbírkových předmětů samých, zejména v expozicích a výstavách, ovšem v úvahu přicházejí i jiné možnosti sekundární prezentace, např. formou reprodukcí, muzejních publikací, elektronického zveřejnění (internet). Expozice a výstavy přesto zůstávají nejvýznamnějším druhem muzejní prezentace. Ačkoliv lexikálně představují oba pojmy rovnocenná synonyma, v muzejní praxi se jich užívá pro označení dvou různých typů vystavování. Expozice znamená trvalé, přesněji řečeno dlouhodobé vystavování sbírkových předmětů, její trvání se počítá na roky. Výstavy bývá naopak počinem

krátkodobé povahy a její trvání se počítá na měsíce. Rovněž jejich účel se zpravidla liší - zatímco expozice má především reprezentovat sbírku, obvykle výběrem reprezentativních kusů, výstava představuje výsledek výzkumu v některé uměleckohistorické oblasti, prezentuje aktuality, reaguje na momentální požadavek – důvody mohou být různé. Z toho pak plyne, že expozice obsahuje výlučně nebo - převážně části exponáty pocházející z vlastní sbírky muzea, proměnná výstava se téměř nikdy neobejde bez zápůjček - jejich podíl se pochopitelně mění podle konkrétního tématu. Opět však platí to, co bylo řečeno na jiném místě: uvedené rozdíly není možno chápat bezvýhradně a nelze počítat s mechanickým opakováním postupů, každý úkol je přinejmenším v určité míře individuální, pokaždé je třeba volit řešení vhodné pro konkrétní případ. Jestliže si muzeum stanoví cíl ukázat ve stálé expozici nejen to nejlepší z vlastní sbírky, nýbrž dokumentovat dějiny umění či kulturně historický kontext, pak se ani zde neobejde bez zápůjček a zrovna tak může koncipovat krátkodobou výstavu výlučně z vlastní sbírky, pokud tam nachází dostatek materiálu ke zvolenému účelu. Příprava a realizace expozic či výstav je náročný, složitý a často dlouhotrvající proces. Zapojují se do něho postupně téměř všechny složky instituce, klade mimořádný nárok na organizaci, komunikaci a souhru všech účastníků.

[10]

První fáze je vždy odborná příprava, tj. generování tématu, stanovení základního konceptu a definice projektu. Teoretický výzkum a vyhledávání exponátů hrají v této fázi rozhodující roli, neboť bez výzkumu není tématu, bez exponátů není co vystavovat. Výsledkem této fáze by měl být seznam exponátů a ověření jejich dostupnosti: Je třeba zjistit, zda ten který exponát se nachází ve vystavitelném stavu nebo, je-li poškozen, zda jej lze do takového stavu uvést restaurováním či alespoň konzervací. U zápůjček je třeba zjistit, zda je majitel ochoten požadované dílo zapůjčit. Na těchto úkonech se kromě kurátora/historika umění podílejí administrátoři registru, restaurátoři a konzervátoři. Vypracovává se ediční návrh publikace včetně jejího rozsahu, rozsahu obrazových příloh, jazyků, v nichž má být vydána – toto přísluší edičnímu oddělení. Vzniká představa o architektuře a grafickém řešení výstavy – o tyto věci, jakož i o celou technickou produkci se stará výstavní oddělení. Z toho všeho pak samozřejmě vyplývá rozpočet a časový harmonogram provedení. Notorická všemohoucnost peněz pak ovlivňuje další postup, není výjimkou, že si vynucuje redukce, ústupky, hledání ekonomičtějších řešení. Proto je třeba reagovat flexibilně a hledat způsoby, jak se s ekonomickými omezeními vyrovnat a přitom zachovat zamyšlený záměr. Technická realizace výstavy zahrnuje administrativní kroky,

stavbu a rozmístění expozičních prvků (panely, stolky, vitríny atd.), instalaci bezpečnostního vybavení na kontrolu a úpravu klimatu ve výstavním prostoru, výrobu a instalaci grafických prvků (popisky k exponátům, textové tabule, někdy též schémata, fotografie, mapy a další informační či vysvětlující prvky), úklid, svozy exponátů a jejich instalace, plán kustodních¹ služeb, edici a výrobu katalogu, přípravu tiskové konference, přípravu společenské akce při zahájení. [10]

3.2 Mobilita sbírkových předmětů

Sbírkové předměty se pohybují v různé míře: ne všechny, ne současně, některé často, některé jen občas. *„Z povahy věci nelze v mobilitě sbírkových předmětů očekávat žádnou pravidelnost či rovnoměrnost, zato je třeba počítat s nárazovými fázemi i s mimořádnými situacemi, které mohou nastat plánovaně nebo neočekávaně.“* [10, s. 380]

Na rozdíl od běžných skladů, kde materiál a zásoby cirkulují, lépe řečeno protékají, jsou sklady (depozitáře) sbírkových předmětů určeny k trvalému a stálému uložení, kde se jednotlivá místa uložení zpravidla nemění.

Sbírkové předměty se pohybují v rámci muzea, např. z depozitářů do expozic a výstav, do restaurátorského ateliéru, fotoateliéru, do studovny k předložení badatelům, a hojně také vně muzea formou zápůjček k výstavním účelům. [10]

Realizace každého pohybu sbírkového předmětu je komplexní logistický problém a podobně jako u ostatních muzejních aktivit vyžaduje kromě obecných pravidel také určitou část flexibility řešení podle každého jednotlivého případu. Podílí se na ní složky odborné, administrativní i technické. *„Odborná část se týká posouzení a rozhodnutí o každém pohybu: kurátoři spolu s restaurátory zvažují důvodnost, naléhavost, při zápůjčkách jiným institucím posuzující bezpečnostní a klimatické podmínky předpokládaného umístění, stanovující způsob pojištění a pojistnou cenu, formulují požadavky pro každý transport, způsob dočasného uchování a instalace na místě určení apod.,“* [10, s. 381]

¹ Kustod - dozorce, průvodce.

3.2.1 Zápůjčky/výpůjčky

Termín výpůjčka označuje to, co si chce vypůjčit jakákoliv instituce (právnícká i fyzická osoba) od sbírkotvorné instituce. Naopak termín zápůjčka označuje to, co sbírkotvorná instituce zapůjčuje ze svých sbírek do jiné instituce.

Kromě toho, že tyto přesuny jsou pod legislativním dohledem, může si i sama instituce stanovit svá vlastní pravidla ohledně systému zápůjček a výpůjček. Při výpůjčce sbírkového předmětu se podává písemná žádost, v rozmezí 3-6 měsíců před zahájením výstavy, na kterou má být dílo zapůjčeno. Žádost musí obsahovat identifikaci žadatele, údaje o výstavním projektu, pro který by měl být sbírkový předmět zapůjčen, údaje o místu vystavování (bezpečnostní, klimatické a další parametry). Pokud je žádost schválena, muzeum vyhotoví „Smlouvu o výpůjčce“. Jde o poměrně složitý dokument, určující podrobně závazky půjčitele i povinnosti vypůjčitele při dočasné správě zapůjčených předmětů. Platí zásada, že smlouvu o výpůjčce vydává vždy strana půjčující, strana vypůjčující musí podmínky přijmout a ručí z jejich dodržení. Strana vypůjčující nese rovněž veškeré náklady, které jsou s realizací zápůjčky spojeny, především náklady na transport, pojištění, někdy za konzervátorské a restaurátorské zásahy, případně jiné náklady. Teprve po oboustranném podepsání smlouvy o výpůjčce lze zápůjčku fakticky provést. [10]

3.2.2 Balení a transport

Při jakémkoliv transportu cenných křehkých předmětů je nutno dbát na adekvátní obalovou ochranu a vhodné přepravní prostředky. Balení má plnit několik různých úkolů: vedle funkce ochrany proti znečištění a poškození vykonává dále funkci skladování a přepravy, tj. balením jsou předměty připraveny ke skladování a přepravě. Kromě toho má plnit i informační funkci jednotlivých obalových jednotek etiketami nebo jinými znaky či označením. [13]

Během balení je třeba vzít v úvahu kritéria pro daný typ exponátu a jeho specifické charakteristiky. Dále rozměry, váhu, vzdálenost, způsob transportu, trasu apod. Pro transport se vyrábí zvláštní obal, obvykle klima-stabilní bedna každému předmětu přesně na míru, která chrání předmět před mechanickým poškozením a před změnami klimatu. Zabalení předmětu se děje pod dohledem příslušného kurátora nebo restaurátora. Restaurátor před balením provádí kontrolu předmětu a vyhotovuje Condition Report

(zprávu o fyzickém stavu díla – pro každé dílo zvlášť a pro každý transport znovu), který dílo na cestách doprovází. [10]

Transport sbírkových předmětů je náročná operace jak pro transportovaný objekt, tak pro pracovníky, kteří se na transportu podílejí. Snahou je předmět maximálně zabezpečit, protože ho může nekvalifikovaný transport poškodit. Před převozem je nutné uvést dílo do co nejlepšího stavu (konzervací nebo restaurováním). Pro transport se musí zvolit nejvýhodnější trasa a nejlepší zabezpečení předmětu během přepravy. Fyzický transport se uskutečňuje buď vlastním vozidlem muzea, nebo se svěřuje profesionální firmě, která se na přepravu uměleckých děl a jiných předmětů kulturní hodnoty specializuje. Na území České republiky působí několik dopravních firem, které se specializují na převážení uměleckých předmětů. Tyto společnosti se stávají za předmět odpovědnými ve chvíli, kdy předmět naloží a tuto odpovědnost mají až do chvíle, kdy předmět vyloží na určeném místě. [10]

3.3 Výstavní logistika

Výstavní logistika se ve srovnání s ostatními službami, které zasilatel poskytuje, liší v charakteru práce. Je rozmanitější charakterem přepravovaných zásilek než např. železniční nebo silniční přepravy. Přeprava v rámci výstavy se nevztahuje pouze na výstavní exponáty, ale také na instalační materiál (tzn. materiál, z kterého je zhotoven stánek). Od povahy materiálu se odvíjejí požadavky vystavovatele na druh a způsob přepravy, balení, manipulační techniky apod. Zasilatel je vybaven odpovídající technikou, aby byl schopen pružně reagovat na zákaznické potřeby, jako jsou vysokozdvizné vozíky variantních nosností a pohonných typů, ruční manipulační paketovací vozíky, jeřáby, mobilní rampy, vysokozdvizné plošiny atd. Spediční a logistické služby jsou nedílnou součástí komplexu služeb, kterých vystavovatel využívá za účelem realizace své výstavní expozice (např. instalace a stavba výstavního stánku, marketingová propagace v rámci celé expozice, úklid stánku). Příprava dopravy výstavního materiálu pro zasilatele začíná s dlouhodobým předstihem před vlastním zahájením výstavy, resp. dodáním materiálu na plochu výstavního stánku. [10]

Přípravná fáze spočívá v zajištění údajů o zásilce, kterou zákazník požaduje přepravit resp. vystavovat. S ohledem na povahu zásilky zasilatel doporučí nejefektivnější způsob dopravy, upozorní na podmínky v místě konání výstavy, čímž vymezí případná rizika

spojená s přepravou exponátů (jako je doba přepravy apod.) a vyčíslí předpokládané náklady v návaznosti na rozsah požadovaných služeb. [10]

Zadání objednávky Řada důležitých okolností je vyjasněna již v přípravné fázi a přeprava exponátů proběhne hladce. Zákazník má možnost porovnat více druhů přeprav od různých dodavatelů, a to jak z hlediska ceny, tak z hlediska rychlosti, spolehlivosti a bezpečnosti. Součástí objednávky musí být: místa nakládky/vykládky, termíny dodání/zpětného vyzvednutí, popis zboží, počet obalových jednotek, druh obalu, hmotnost, objem, hodnota pro pojištění, stanovení rozsahu požadovaných služeb a závazek plátce služeb. [10]

Provedení zakázky V průběhu přepravy je důležité, aby zúčastněné strany obdržely včas informace o zásilkách a měly tak možnost zajistit potřebné kapacity pro jejich převzetí/vyzvednutí, manipulaci, přepravu, doručení/dodání a související služby. Komunikace probíhá elektronicky (emilem), faxem, telefonicky. Manipulace ve výstavních areálech se řídí mimo jiné podmínkami provozu v těchto areálech, které zpravidla stanoví majitel. Stejně tak čas pro návoz/instalaci a demontáž výstavy určuje organizátor výstavy a jeho překročení není zpravidla možné s ohledem na návazný program. Tyto termíny musí dodržovat všichni vystavovatelé a zasilatelé. Každý exponát, resp. výstavní materiál je vždy řádně vystavovatelem zabalen do speciálně upravených obalových jednotek, uzpůsobených k opakovanému použití při přepravě exponátů mezi výstavami. Jednorázové obaly se používají zpravidla pro materiál, který je v rámci propagace na výstavě spotřebován, jedná se o reklamní katalogy, brožury, prospekty, vzorky a reklamní a dárkové předměty. Odpovědnost zasilatele končí zpravidla doručením exponátů na výstavní stánek, kde osoby pověřené vystavovatelem provádějí instalaci a reinstalaci exponátů. Tuto službu bez přítomnosti vystavovatele nikdy neprovádí zasilatel, pokud kontrakt neurčí jinak. Poskytovatel logistických služeb je ze svého titulu vždy řádně pojištěn na škody, způsobené manipulací s exponáty. Dále může na základě objednávky zprostředkovat přepravní pojištění exponátů. [10]

Pokud v přepravě všeobecně platí, že přepravní lhůty hrají zásadní roli, platí ve výstavní spedici tato skutečnost dvojnásob. Každá výstavní akce má pevně stanovený začátek a konec, jako i pevně stanovené termíny montáže a demontáže. Proto veškerý výstavní materiál, jako i exponáty nedodané včas, v průběhu montáže a demontáže, kdy se expozice připravují, způsobí vystavovatelům škodu. Dodržení včasného dodání se netýká pouze dodání exponátů před výstavou, ale i jejich zpětného odeslání, bez ohledu na dny

pracovního volna, noční hodiny atd., neboť výstavní exponáty zpravidla pokračují na další výstavní akce, kde je opět nutné jejich včasné dodání před výstavou. [10]

Ekonomická efektivnost Výstavní spedice je vzhledem ke své náročnosti oblastí, při níž je zákazník ochoten zaplatit vyšší odměnu za kvalitní a včasné služby. Přesto i zde platí, že vystavovatelé hledají levnější řešení, často i v případě vlastní realizace, kdy některé fáze přepravy a služeb realizují vlastními silami, jako je přeprava exponátů. Často si neuvědomují důsledky a vlastní vynaložené úsilí může setát více prostředků než odborné služby výstavního zasilatele. [10]

Finanční vyúčtování služeb a účetní uzavření s konečným zákazníkem se zpravidla provádí po ukončení celé výstavní akce, resp. po zpětném vrácení exponátů/výstavního materiálu odesilateli. [10]

4 METODY VÝZKUMU

Výzkum můžeme klasifikovat z mnoha nejrůznějších hledisek, podle způsobu získávání informací rozlišujeme primární a sekundární výzkum, toto dělení je považováno za základní a rozhodující. [19]

Primární výzkum zahrnuje vlastní zjištění hodnot vlastností u sledovaných jednotek, jedná se o tzv. sběr informací v terénu, realizátoři jej mohou provádět vlastními silami nebo si k tomu najít spolupracující instituci. [19]

Sekundární výzkum má za úkol získání, zpracování a analýzu již existujících materiálů. Představuje důležitý a zpravidla první krok získávání informací. Zpracovaný materiál je již k dispozici a pracuje s neomezenými daty jak z interních, tak externích zdrojů. [19]

Obecně je možné doporučit následující postup - nejprve zahájíme sekundární výzkum s využitím interních datových zdrojů, jestliže tato varianta není reálná, je vhodné využít externí zdroje, pokud ani touto cestou nedosáhneme úspěchu, musí být proveden primární výzkum, kdy získáme potřebná data přímo v terénu. [19]

Vzhledem k velkému množství metod výzkumu se ve své práci zaměřím na dotazování.

Dotazování

Dotazování je nejrozšířenější metodou sběru informací pomocí předem sestavených dotazníků. Smyslem dotazování je zadávání otázek respondentům, jejich odpovědi jsou podkladem pro získání požadovaných primárních údajů.

Význam dotazníků:

- získává informace od respondentů,
- poskytuje strukturu rozhovoru,
- zajišťuje standardní jednotnou formu pro zpracování údajů,
- ulehčuje zpracování údajů. [7]

Délka dotazníku nebývá striktně určena, závisí především na zkoumaném tématu a na vztahu respondenta k tématu. Každý dotazník má svou logickou strukturu, která podporuje plynulost rozhovoru, otázky by měly tvořit určitý logický celek. V závislosti na výzkumu s cíli volíme stupeň strukturovanosti dotazníku.

- Strukturovaný dotazník má pevnou logickou strukturu, využívá většinou otázky s uzavřeným počtem variant odpovědí. Výhodou je rychlost, jednoduché a lépe

srovnatelné odpovědi a jeho snadné zpracování. Nevýhodou je snížení informační hodnoty, jehož respondent nemá možnost odpovědět jinak, než jak je mu nabídnuto.

- Polostrukturovaný dotazník využívá také polozavřených nebo otevřených otázek. Respondent se volně vyjadřuje a používá vlastních slov. Můžeme tak zjistit více individuálních názorů. Tím je zpracování odpovědí náročnější. [7]

Pořadí otázek v dotazníku je úzce spojeno s jeho logickou strukturou. Otázky se uplatňují ve vzájemném kontextu, což znamená, že každá otázka ovlivňuje odpověď nejen na sebe samu, ale i na otázky následující. [7]

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 VLASTIVĚDNÉ MUZEUM V OLOMOUCI

Vlastivědné muzeum v Olomouci, nám. Republiky č. 5, 771 73 Olomouc, je příspěvkovou organizací Olomouckého kraje. Vlastivědné muzeum v Olomouci plní funkci muzea ve smyslu ustanovení §10 odst. 6 zákona č. 122/2000 Sb., o ochraně sbírek muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů. Vlastivědné muzeum v Olomouci je zřízeno za účelem získávat, shromažďovat, trvale uchovávat, evidovat, odborně zpracovávat a zpřístupňovat veřejnosti předměty muzejní povahy. [24]

5.1 Z Historie Vlastivědného muzea v Olomouci

Počátky Vlastivědného muzea v Olomouci sahají do roku 1883, kdy byl založen Vlastenecký spolek muzejní, který současně zřídil spolkové muzeum jako první české muzeum na Moravě. U zrodu muzea stáli kromě jiných též významný archeolog a antropolog Jindřich Wankel (1821 – 1897), spisovatel a vlastivědný pracovník Jan Havelka (1839 – 1886), slezský buditel a historik Vincenc Prasek (1843 – 1912) či vlastenecký kněz a etnograf Ignát Wurm (1825 – 1911). [18]

V roce 1924 došlo v hanácké metropoli ke zřízení Muzea hlavního města Olomouce, v němž byla sloučena tři muzea působící do té doby v Olomouci: Umělecko-průmyslové muzeum (založené v roce 1873), Historické muzeum (založené v roce 1879) a Přírodovědné muzeum (vzniklo v roce 1908). V roce 1951 se Muzeum hlavního města Olomouce spojilo s muzeem Vlastivědného spolku muzejního, a tak vzniklo dnešní olomoucké Vlastivědné muzeum, které během čtyř desetiletí několikrát změnilo svůj název (Studijní a lidový ústav kraje Olomouckého /SLUKO/, Krajské vlastivědné muzeum /1956/, Krajské vlastivědné středisko /1959/, Vlastivědný ústav v Olomouci /1960/, Krajské vlastivědné muzeum v Olomouci /1979/ a konečně Vlastivědné muzeum v Olomouci /1990/). [18]

5.2 Současné Vlastivědné muzeum v Olomouci

V současnosti je Vlastivědné muzeum v Olomouci příspěvkovou organizací a zřizuje jej Olomoucký kraj. Celkový sbírkový fond muzea činí v současné době téměř milion položek. Zahrnuje sbírky archeologie, dějin umění, numismatiky, etnografie, kartografie, hudby, lékařství a lékárenství, militarií, průmyslu, obchodu a řemesel, mineralogie, geologie, zoologie, paleontologie, botaniky a mnoho menších sbírek. Architektonický vývoj regionu dokládá bohatá sbírka místopisné malby, kresby a grafiky a také lapidárium,

umístěné v bývalé kryptě kostela Panny Marie Sněžné. Bohatá je také muzejní knihovna s více než 70 000 svazky, unikátní soubor pak představují rukopisy a staré tisky v počtu více než 2000 svazků. [18]

Kromě stálých expozic – Příroda Olomouckého kraje, Olomouc – patnáct století města, Olomoucká univerzita - si návštěvníci mohou prohlédnout v prostorách muzea přibližně dvacet krátkodobých výstav ročně. K těm nejúspěšnějším v posledních letech patřily např. výstavy Olomoucké baroko (2011), Oslava 80. narozenin Jiřího Suchého (2011).

Vlastivědné muzeum v Olomouci nabízí prostor pro aktivity návštěvníků všech věkových kategorií. Pro děti a školáky jsou připravovány doprovodné programy k výstavám i stálým expozicím či vědomostní soutěž Vlastivědný trojboj. Středoškolákům nabízí pravidelný cyklus přednášek s tematikou regionálních dějin. Nezapomíná se ani na seniory, již od roku 2004 probíhá ve Vlastivědném muzeu v Olomouci výuka Univerzity třetího věku při Univerzitě Palackého v Olomouci, jež se specializuje na kulturní dějiny našeho regionu v evropském kontextu. [18]

5.3 Vlastivědné muzeum v Olomouci v roce 2012

Rok 2012 byl pro Vlastivědné muzeum v Olomouci mimořádně významným. Stěžejním počinem se stalo otevření nových stálých expozic muzea: *Olomouc – patnáct století města a příroda Olomouckého kraje* dne 12. dubna za přítomnosti hejtmána Olomouckého kraje Ing. Martina Tesaříka, arcibiskupa olomouckého a metropolity moravského Mons. Jana Graubnera a primátora Statutárního města Olomouc Martina Novotného. O hudební doprovod vernisáže a večerní slavnostní koncert pod názvem *Potkal jsem svůj sen* se postarali Ondřej Havelka a jeho *Melody Markers*. [25]

Vlastivědné muzeum v Olomouci prošlo v roce 2012 rozsáhlou rekonstrukcí. Změnil se vzhled výstavních sálů, prostory muzea byly nově vybaveny elektroinstalačními a audiovizuálními prvky. Pro zvýšení komfortu byl pro návštěvníky zbudován nový vchod z náměstí Republiky s moderní recepcí, jejíž součástí je také muzejní obchod. Rekonstrukcí prošlo zázemí muzea a oba sály určené ke kulturním a společenským akcím – sál Václava III. A sál maršála Radeckého. [25]

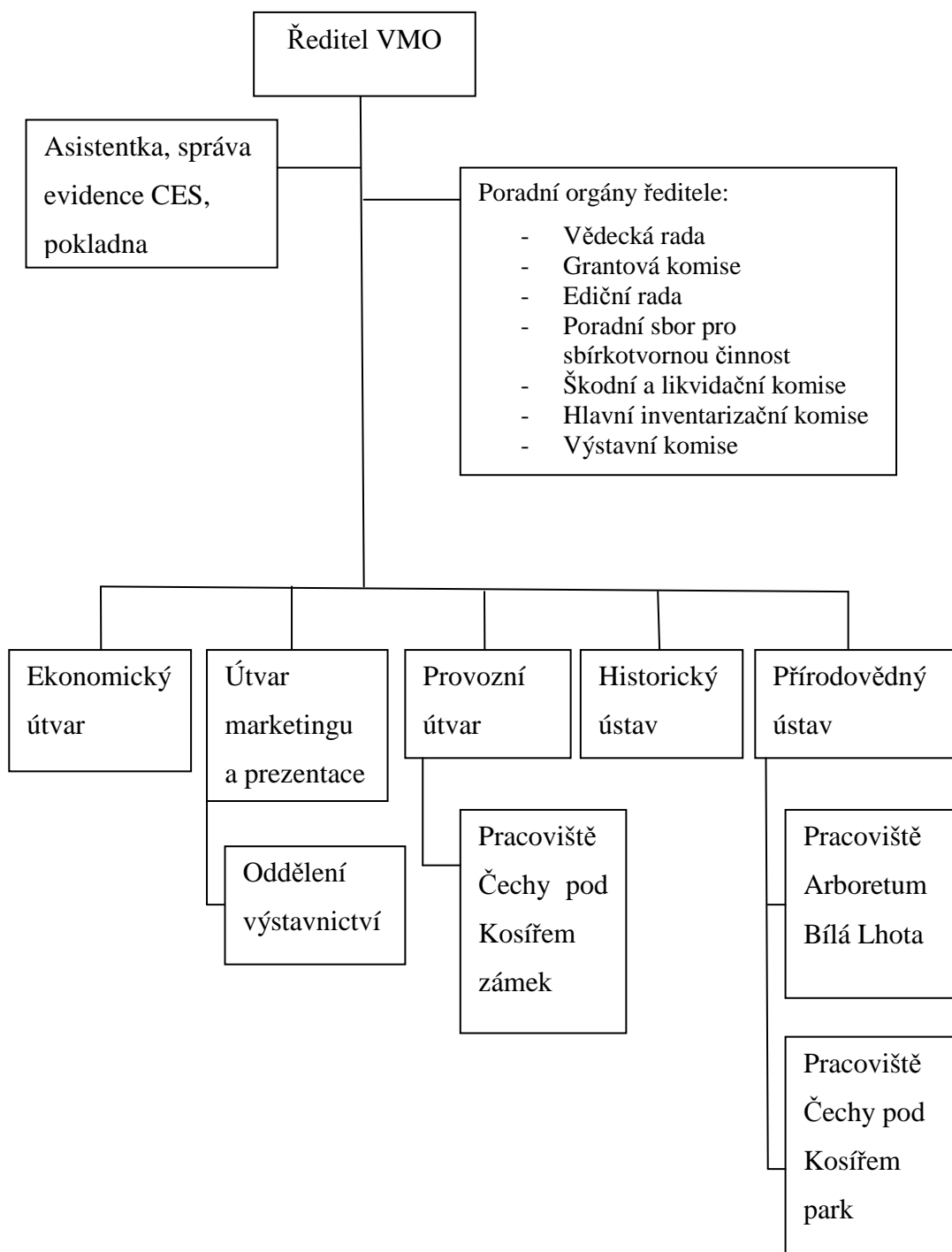
Odborní pracovníci muzea se podíleli především na tvorbě nových stálých expozic, ale pracovali i na řadě vědeckých projektů, účastnili se řady konferencí a pracovních

setkání. Úzká spolupráce probíhala v tomto směru zejména s Univerzitou Palackého v Olomouci.

Badatelům z řad odborné i laické veřejnosti byly v roce 2012 zpřístupněny (i když v některých případech jen částečně) všechny muzejní podsbírky a nadále pokračoval proces vybalování a třídění sbírkových předmětů v jednotlivých depozitářích. [25]

Krátkodobá výstavní činnost muzea byla v roce 2012 rovněž velmi významná. Na počátku roku byla ukončena úspěšná výstava k 80. narozeninám Jiřího Suchého, za kterou muzeum obdrželo Cenu města Olomouce za rok 2011 a to jako první příspěvková organizace v historii udělování této ceny, což významně zvýšilo prestiž Vlastivědného muzea v Olomouci, na druhou stranu jde o velký závazek pro další muzejní práci. Od dubna do září 2012 proběhla ve spolupráci s Krajským ředitelstvím policie Olomouckého kraje výstava *O moravských zločinech a trestech*. Ta se setkala s velikým zájmem veřejnosti a pozitivně byla hodnocena i doprovodná publikace vydaná k výstavě. Závěr roku patřil *Velké fotbalové výstavě*, která měla svou premiéru v létě 2012 ve Varšavě na mistrovství Evropy ve fotbale. Kromě tohoto výjimečného projektu, na němž muzeum spolupracovalo s Civipolis, o. p. s., byla veřejnosti nabídnuta v období adventu a Vánoc výstava pohádkových kostýmů *Zpátky do pohádky*, sladká a voňavá výstava *Historické cukrárny* (obě ve spolupráci společnosti Letohrádek Mitrovských), dotyková výstava *Od doby kamenné po dobu slovanských hradišť* a milovníky přírody muzeum potěšilo výstavou *Tajemný svět lišejníků*. [25]

5.4 Organizační struktura



Obr. 1. Organizační struktura Vlastivědného Muzea v Olomouci [25]

5.5 Základní ekonomické údaje o hospodaření za rok 2012

Výsledek hospodaření Vlastivědného muzea v Olomouci za rok 2012 po zdanění – zisk 12.134,39 Kč. (Údaje čerpané z výroční zprávy 2012 Vlastivědného muzea v Olomouci) [25]

Tab. 1. Výnosy Vlastivědného muzea v roce 2012 [25]

Dotace na provoz - celkem	30.812.573,- Kč
Z toho od zřizovatele	30.382.869,- Kč
od ministerstva kultury ČR	70.000,- Kč
od jiných subjektů	359.704,- Kč
Výnosy z vlastní činnosti - celkem	1.918.778,553,- Kč
Z toho tržby za vstupné	1.015.922,5,- Kč
pronájmy sálů	171.7746,- Kč
komisní a muzejní prodej	186.156,45,- Kč
ostatní	544.953,58,- Kč
Ostatní výnosy	15.415,05,- Kč
Celkem výnosy	32.811.766,58,- Kč

Tab. 2. Náklady Vlastivědného muzea v roce 2012 [25]

Náklady na mzdy a odvody (61 pracovníků)	18.532.304, Kč
Fixní režijní náklady (odpisy + energie)	7.622.079,70,- Kč
Zůstatek na provozní náklady, materiál a služby celkem	6.645.248,49,- Kč
Celkem náklady	31.362.072,84,- Kč

Hospodaření Vlastivědného muzea v Olomouci za rok 2012 skončilo kladným hospodářským výsledkem. Největší část rozpočtu tvoří náklady na mzdy a zákonné odvody ve výši 56,5%. [25]

6 VÝSTAVA HISTORICKÉ CUKRÁRNY

Výstava o vývoji cukrářství, cukrovinek a historii cukráren probíhala od 30. listopadu 2012 do 20. ledna 2013 v Radeckého sále Vlastivědného muzea v Olomouci.

Muzeum zčásti převzalo výstavu od brněnské společnosti Letohrádek Mitrovských. Její autoři Jan Maroušek a Petr Lukas dávali návštěvníkům možnost nahlédnout do interiéru historické cukrárny (obchodu i výroby), přinášeli řadu zajímavostí o čokoládě, marcipánu, lízátkách i dalších oblíbených cukrovinkách a představovali četné ukázky zapomenutých cukrářských nástrojů, forem, reklam či receptů.

Vlastivědné muzeum v Olomouci doplnilo výstavu o exponáty ze svých sbírek a soukromých sběratelů. Důraz přitom kladlo na představení cukráren a produkce cukrovinek v Olomouci v prvorepublikovém období. Olomouc tehdy byla městem slavných cukráren, existovalo zde i šest velkých továren na výrobu cukrovinek a čokolády, jako například Zora, Union, Mikšovský, F. Deutsch – Olfedo, J. F. Svoboda či Toko. Kromě továrních podniků působilo v Olomouci také relativně velké množství drobných cukrářů živnostníků, kteří se od roku 1922 sdružovali v tzv. Společenstvu cukrářů, perníkářů, voskařů, čokoládovníků, koláčníků, mandoletářů a výrobců kandit. Největší věhlas si získala cukrárna Jaroslava Dejmalá na ulici 28. října. Jejímu majiteli se po skromných začátcích podařilo zařadit mezi špičky prvorepublikového cukrářského řemesla a se svými výrobky slavil úspěchy i na světových výstavách. Dejmalovu cukrárnu navštěvovali například pěvci Eduard Haken, Beno Blachut, Jára Pospíšil, herci Oldřich Nový, Josef Bek, Sláva Budínová. K nejváženějším zákaznicím patřila Hana Benešová, manželka prezidenta Edvarda Beneše, která si nechávala posílat Dejmalovy bonbóny. Návštěvníci výstavy si mohli prohlédnout dobové fotografie, reklamní materiály, historické obaly od cukrovinek, dózy od bonbónů, krabičky od bonboniér, pomůcky cukrářů, formy na čokoládu či bonbony i cukrovinky. K unikátům patří sladové bonbony z produkce továrny Zora ze 40. let minulého století.

6.1 Charakteristika, cíl výstavy a okruh návštěvníků

Putovní výstavu Historické cukrárny převzalo Vlastivědné muzeum v Olomouci od brněnské společnosti Letohrádek Mitrovských. Její autoři Jan Maroušek a Petr Lukas dostali nápad vytvořit tuto výstavu, protože prvorepubliková témata jsou u návštěvníků oblíbená a zaručují vysokou návštěvnost. Hlavním cílem autorů bylo propojení řemesla

a gastronomie a tím vznikla úspěšná výstava Z historie brněnských cukráren. Výstava seznamuje návštěvníky nejen s vývojem cukráren a cukrářství v Brně, ale i s vývojem cukrářského řemesla v Čechách a na Moravě. Na relativně malém prostoru se podařilo vystavovatelům představit poměrně velké množství historických předmětů – formičky, cukrářské nože atd. Kromě těchto předmětů byly k vidění i živnostenské listy cukrářů, účtenky, krabičky, sáčky do kterých se v cukrárnách balily cukrovinky. Atmosféru výstavy dotvářely také jedlé dekorace, které podle starých receptů a fotografií připravili učni ze střední školy potravinářské a služeb – Charbulova, Brno. Všechny tyto historické předměty, dokumenty a fotografie autoři nakupovali v antikvariátech, internetových aukcích a pomocí výzvy na internetu. Některé předměty byly společností Letohrádek Mitrovských darovány od soukromých subjektů.

Poprvé byla výstava představena návštěvníkům od 14. dubna 2012 do 20. června 2012 v Brně v Letohrádku Mitrovských, poté začalo její putování po českých muzeích a galeriích. Od 1. července 2012 do 31. srpna 2012 těšila výstava návštěvníky na Státním zámku Bučovice. Dále se výstava ve svém putování přemístila na Slezskoostravský hrad, kde byla od 6. září 2012 do 4. listopadu 2012. Poté se přemístila do Vlastivědného muzea v Olomouci, kde si ji mohli návštěvníci prohlédnout od 30. listopadu 2012 do 20. ledna 2013. Z Vlastivědného muzea v Olomouci byla převezena do Galerie v Táboře. O výstavu je veliký zájem a její putovní plán je plný dalších výstavních akcí.

Téma výstavy Historické cukrárny je vyjádřeno prostřednictvím řady historických cukrářských pomůcek a předmětů, ukázky cukroví a bonbónů, fotografií a dalšího obrazového materiálu doplněného textem. Všechny potřebné informace jsou uvedeny na panelech s texty, všechny předměty jsou opatřeny popiskami, proto zde není třeba průvodcovského slova. Z tohoto důvodu tedy průvodkyně pouze kontroluje vstupenky a návštěvníci si výstavu prochází samostatně. Průvodkyně dohlíží na dodržování pořádku a zodpovídá případné dotazy.

Výstava je zaměřena na laickou veřejnost. Cíl výstavy lze stručně formulovat a rozdělit podle skupin návštěvníků. Pro turisty z jiných míst republiky jde především o to, přiblížit jim historii cukrářství v Čechách a na Moravě a představit, jak se cukrářství vyvíjelo v období první republiky v Olomouci, kolik zde bylo továren na výrobu čokolády, drobných živnostníků cukrářů, kteří se proslavili po celém světě. Poskytnout jim základní a zajímavé informace a rozšířit tak jejich podvědomí o našem regionu. Pro místní obyvatele, pro něž je historie Olomouckého cukrářství známá, je snahou prohloubit jejich

znalosti a podat prostřednictvím této výstavy stručný celkový pohled do historie našeho města. Pamětníkům připomenou dobu jejich mládí, oblíbené cukrárny, které navštěvovali, předměty, které používali. Milovníky historie jistě potěší fotografie a panely s texty, na kterých je popsána prvorepubliková doba v Olomouci spojená s vývojem cukrářství. Mladší generace toto zná pouze z vyprávění prarodičů, a tak mají možnost nahlédnout do této doby a zjistit, jak to bylo dříve a porovnat se současností. Vlastivědné muzeum v Olomouci naplánovalo tuto výstavu ve vánočním období, aby návštěvníky zahřála, potěšila a také poučila. Měla by být vhodným cílem pro návštěvu celé rodiny.

6.2 Doba trvání výstavy

Výstava probíhala ve Vlastivědném muzeu v Olomouci v rozmezí od 30. listopadu 2012 do 20. ledna 2013 (vernisáž 29. listopadu 2012). Termín pro zahájení výstavy byl takto zvolen především z důvodu, že v období adventu se zvyšuje návštěvnost muzea a právě tato doba je spojena s pečením cukroví a přípravami na Vánoce.

Doprovodné akce byly naplánovány na 6. prosince 2012 (modelování marcipánových ozdob), 13. prosince 2012 (pečení perníků) a na závěr výstavy 20. ledna 2013 bylo naplánováno hudební vystoupení skladatele a klavíristy Richarda Pogody za doprovodu saxofonisty Miroslava Švihálka.

6.3 Harmonogram, plánování výstavy

O přípravě výstavy Historické cukrárny začali pracovníci Vlastivědného Muzea v Olomouci uvažovat při plánování výstavních akcí na rok 2012. Vlastivědné muzeum již řadu let spolupracuje s brněnskou společností Letohrádek Mitrovských, která nabídla zapůjčení této putovní výstavy do Vlastivědného muzea v Olomouci.

Podle informací získaných z rozhovoru s kurátorkou výstavy paní Mgr. Hanou Jakůbkovou ve Vlastivědném muzeu v Olomouci dne 12. března 2012, nebyl sestaven písemný harmonogram k výstavě, ale příprava probíhala v následující posloupnosti činností.

- Uvedení výstavy v harmonogramu výstav a v seznamu kulturních akcí celého muzea.
- Uzavření smlouvy u zapůjčení výstavy se společností Letohrádek Mitrovských.
- Vyhledávání vhodných exponátů k výstavě ve fondu VMO, v okolních muzeích a u soukromých sběratelů.

- Prostudování literatury a psaní všech textů na panely a popisky k exponátům.
- Příprava obrazového materiálu, skenování fotek na panely a příprava dalších materiálů.
- Dodání podkladů pro vytvoření plakátů a billboardů.
- Svoz exponátů z okolních muzeí a od soukromých sběratelů, jejich dočasné uložení v prostorách muzea a provedení restaurátorských prací.
- Pravidelné porady z důvodů definitivního dohodnutí detailů při přípravě výstavy.
- Tisk plakátů, billboardů a textů na panely v externí tiskárně.
- Umístění materiálů na panely, uložení hotových panelů v kanceláři kurátorky.
- Telefonické ověření platnosti dohodnutého termínu se společností Letohrádek Mitrovských.
- Příprava doprovodných akcí k výstavě.
- Vyvěšení plakátů v prostorách muzea a billboardů na budovu Vlastivědného muzea a na budovu Moravského divadla v Olomouci.
- Rozeslání pozvánek na vernisáž a plakátů s průvodním dopisem elektronickou poštou různým médiím.
- Telefonické dohodnutí hudebního programu na vernisáž výstavy a k doprovodným akcím.
- Dovoz výstavy Historické cukrárny společností Letohrádek Mitrovských a instalace ve výstavním sále.
- Instalace výstavy pracovníky muzea, umístění vitrín a panelů ve výstavním sále.
- Kontrola celé nainstalované výstavy.
- Úklid výstavního prostoru.
- Příprava vernisáže a tiskové konference.
- Dokumentace výstavy.
- Konání vernisáže s doprovodným programem (viz. kapitola 5.9 program vernisáže)
- Zpřístupnění výstavy veřejnosti denně od 10 do 17 hodin, kromě pondělí a úterý.
- Konání doprovodných akcí v celém průběhu výstavy.
- Na pravidelné poradě dohodnutí detailů při deinstalaci výstavy.
- Telefonické ověření platnosti dohodnutého termínu na odvezení výstavy společností Letohráde Mitrovských.

- Deinstalace výstavy pracovníky muzea spolu se společností Letohrádek Mitrovských.
- Úklid výstavního prostoru a uložení výstavního zařízení.
- Roztřídění materiálu z panelů a uložení do depozitáře muzea.
- Na pravidelné poradě zhodnocení výstavy včetně doprovodných akcí a finančního zhodnocení celé výstavy.

6.4 Výstavní prostor

Pro instalaci výstavy byl využit jeden výstavní sál a to sál Radeckého. Celková výstavní plocha má 97 m². Sál je situován jako první výstavní sál při příchodu z foyer² muzea v prvním patře.

Osvětlení výstavního sálu je především denním světlem z oken. Přisvícení bylo řešeno variabilním systémem bodových zdrojů světla z reflektorů zavěšených na stropě místnosti.

Výstavní zařízení

Výstavní zařízení fundus³ použité k realizaci této výstavy je součástí putovní výstavy Historické cukrárny a část je z majetku muzea. Využity byly jak starší typy a modely, tak nové, nedávno zakoupené vitríny. Součástí výstavního sálu je klavír.

Použitý fundus z majetku muzea:

Modulové panely 100 x 70 cm	8 ks
Skříňové vitríny	3 ks
Stolové vitríny	4 ks
Stoly	3 ks
Židle	9 ks

Umístění výstavního zařízení realizoval výtvarník muzea spolu s majiteli putovní výstavy a dalšími pracovníky muzea.

² Foyer /foajé i foajér/, prostor v divadle nebo při společenském sále určený k oddechu.

³ Fundus movité zařízení, inventář.

Směr prohlídky

Výstava je ve stylu procházky historickou cukrárnou. Návštěvníkům je daná určitá volnost pohybu po výstavním prostoru. Přesto je vhodné návštěvníky na začátku nasměrovat a určit směr cirkulace ve výstavním sálu, který je zčásti odvislý od prostoru Radeckého sálu. Logičtější a vhodnější by byl postup zleva doprava, neboť panely čteme též zleva doprava, ale v případě sálu Radeckého je nutné nasměrovat návštěvníky obráceně, zprava doleva. Při příchodu do sálu po dřevěných mírně zatočených schodech jsou po pravé straně panely s texty, dále pokračujeme výstavou, na pravé straně po obvodu místnosti jsou na stolech a historických komodách vystavené exponáty jako jsou cukrářské pomůcky, nádobí, cukroví, doplněné popisky a na stěnách panely s texty. Dostáváme se k modulům, na který jsou z obou stran panely s texty, které pojednávají o vývoji a historii cukrářství v Olomouci. Po přečtení těchto panelů se dostáváme do odpočinkové zóny, kde jsou stolky a židle pro odpočinek, klavír a kniha návštěvníků, do které se může každý návštěvník zapsat. Při pokračování výstavou se dostáváme k pultu, kde jsou vystaveny ukázky historických dortů. Dále procházíme kolem vitrín s exponáty, které na výstavu zapůjčila společnost Zora. Po prohlídce celé výstavy se dostáváme zpět ke dřevěným schodům.

6.5 Sbírkové předměty

K realizaci výstavy byly použity předměty, které jsou součástí putovní výstavy Historické cukrárny tedy zapůjčené od společnosti Letohrádek Mitrovských. Dále byly použity předměty z fondů Vlastivědného muzea Etnografie, Novodobé dějiny, Průmysl obchod řemesla. Předměty zapůjčené z majetku Muzea Komenského v Přerově, Městského muzea Litovel, společnosti Nestlé Česko s. r. o. Od soukromých sběratelů pana Stanislava Krámského a pana Jana Korbáčka.

Revers na interní zapůjčení sbírkových předmětů je uveden v příloze.

6.6 Personální zajištění výstavy

Na přípravě a realizaci výstavy Historické cukrárny se různou měrou podíleli všichni pracovníci muzea. Kurátorka výstavy paní Mgr. Hana Jakůbková, PR, příprava a organizace vernisáže PhDr. Renáta Fifková. Výtvarné řešení Petr Šubčík. Realizace byla částečně zajišťována autory výstavy ze společnosti Letohrádek Mitrovských a pracovníky Vlastivědného muzea panem Petrem Šubčíkem, Alenou Kubáčovou a pracovníky útvaru provozu Vlastivědného muzea pod vedením pana Jiřího Vysoudila.

6.7 Propagace

Oznámení o zahájení výstavy je nutno prezentovat veřejnosti dostatečně dlouho předem, a to několika způsoby. Vhodné jsou k tomuto účelu plakáty, letáky, pozvánky na vernisáž, relace v regionálním zpravodajství a propagační články v tisku.

Plakáty, billboard a pozvánky

Plakát a billboard byl vytvořen v jednotném stylu jako Vánoční pozvánka na dvě výstavy (Historické cukrárny a Zpátky do pohádky). Grafická úprava byla provedena výtvarníkem Vlastivědného muzea. Vytisknuto bylo 5 plakátů formátu A1 a 3 plakáty formátu A2. Tisk plakátů byl zajištěn v copy centru TRAN s. r. o. Na plakátech byly dvě fotografie, každá z nich se vztahovala k jedné z výstav, dále místo a datum konání výstav a odkaz na webové stránky muzea pro podrobné informace o těchto i dalších výstavách a expozicích. Dole pod čarou byla umístěna loga a názvy sponzorů. Billboard byl umístěn na budově Vlastivědného muzea a na budově Moravského divadla v Olomouci. Plakáty byly umístěny na budově Vlastivědného muzea při vstupu a v prostorách muzea.

Plakát je uveden v příloze.

Propagace na internetových stránkách

Výstava spolu s doprovodnými akcemi byla propagována na webových stránkách muzea. Před začátkem konání Vánočních výstav byl mezi připravované akce vložen plakát s pozvánkou na tyto výstavy a stručný text k tématům výstav. Také byly zveřejněny pozvánky na doprovodné akce k výstavám. Po zdokumentování výstav byly na internetové stránky umístěny vybrané fotografie.

Výstava Historická cukrárna byla propagována i na jiných internetových stránkách a portálech. Například článek o výstavě historické cukrárny byl na Zpravodajském serveru Lidových novin lidovky.cz, zpravodajství olomouc.cz, [olomoucké noviny.cz](http://olomoucké-noviny.cz), a na stránkách Olomouckého kraje.

Propagace v regionálním tisku a dalších médiích

Před zahájením výstavy dne 29. listopadu 2012 byla uspořádána tisková konference. Které se zúčastnili novináři z nejrůznějších deníků a zpravodajů. Například Mladá fronta Dnes, Olomoucký deník, zpravodaj KDY-KDE-CO v Olomouci a mnoho dalších.

K propagaci výstavy byla natočena reportáž pro televizi ČT24 a televizi Minuty regionu na R1morava.

6.8 Logistika výstavy

Výstava Historické cukrárny byla specifická tím, že byla putovní, tedy převzatá aktivně od společnosti Letohrádek Mitrovských. Vlastivědné muzeum v Olomouci se zabývalo pouze částí přípravy výstavy a to doplněním výstavy o olomoucké cukráře a podniky na výrobu cukrovinek v období první republiky.

Exponáty zapůjčené jako součást výstavy Historické cukrárny přivezli do Vlastivědného muzea a instalovali pracovníci společnosti Letohrádek Mitrovských. Dovoz exponátů do muzea probíhal 14 dnů před zahájením výstavy. Exponáty byly dovezeny jedním nákladním autem značky AVIA. Exponáty byly baleny ve speciálních papírových krabicích a bublinkové fólii, aby se zabránilo jejich poškození. Instalace exponátů probíhala pod dohledem výtvarníka Vlastivědného muzea, který určil prostor, kde budou vystaveny exponáty Mitrovských.

Druhá část výstavy, kterou pracovníci Vlastivědného muzea doplnili o olomoucké cukrárny, probíhala pod vedením kurátorky výstavy paní Mgr. Hany Jakůbkové. Nejdříve bylo nutné zajistit exponáty vhodné k danému tématu. Byly použity exponáty z fondu muzea, z okolních muzeí, soukromých sběratelů a ze společnosti Nestlé (viz. Kapitola 5.5 Sbírkové předměty). Tyto předměty byly postupně do muzea dovezeny osobním autem muzea a uschovány v prostorách muzea. Některé bylo nutné před výstavou zrestaurovat, a tak byly předány do restaurátorské dílny muzea.

Nejdůležitější v této části přípravy bylo dodržení časového plánu, aby byla výstava nainstalována včas a nebylo tím narušeno zahájení výstavy. Zahájení výstavy byl pro všechny pracovníky mezním termínem, od kterého se odvíjely všechny činnosti spojené s přípravou výstavy.

6.9 Vernisáž výstavy

Přípravu vernisáže zajišťovala vedoucí útvaru marketingu, tisková mluvčí Vlastivědného muzea spolu s dalšími pracovníky muzea.

Výstava byla zahájena vernisáží ve čtvrtek 29. listopadu 2012 od 17 hodin v prostorách výstavního sálu.

Program vernisáže:

- Zahájení vernisáže a přivítání hostů ředitelem muzea,
- úvodní slovo hejtmana Olomouckého kraje,
- úvodní slovo kurátorky k celé výstavě,
- poděkování tvůrcům výstavy,
- pozvání k prohlídce výstavy a malému občerstvení,
- hudební program pana Richarda Pogody.

6.10 Doprovodné akce

V době trvání výstavy Historické cukrárny (od 30. listopadu 2012 do 20. ledna 2013) byly uspořádány tři doprovodné akce. K výstavě Historické cukrárny, jejímž partnerem je Cukrárna Karamel z Nového Malína, připravilo lektorské pracoviště Vlastivědného muzea v Olomouci dvě výtvarné dílny.

Ve čtvrtek 6. prosince 2012 byla pro děti i maminky připravena výtvarná dílna zaměřená na modelování marcipánových ozdob nazvaná „Vzácný pán, Marcipán“.

O týden později 13. prosince 2012 byla připravena výtvarná dílna nazvaná „Vůně perníku“, kde se pekly a zdobily perníky.

Na závěr výstavy v sobotu 19. ledna 2013 v 15 hodin mohli návštěvníci výstavy Historické cukrárny ochutnat Hudební bonbonky Richarda Pogody. Sladce chutnající dekadentní kousky 20. a 30. let minulého století podávali zcela nezištně pánové Richard Pogoda (klavír), Miroslav Švihálek (saxofon) a Lubomír Schneider (kytara). Vstup na výstavu i písničkový pořad pana Pogody byl od 15 hodin volný.

6.11 Náklady výstavy

Vzhledem k současné napjaté ekonomické situaci byla výstava naplánována tak, že veškerá příprava a realizace byla zajištěna pracovníky muzea a s využitím vlastního výstavního zařízení. Nebyly pořízeny žádné speciální a nákladné doplňky a pomůcky.

Celkové náklady na výstavu činily 121.104,19,- Kč. Nejvýznamnější položkou nákladů bylo zápůjčné od společnosti Letohrádek Mitrovských, ale z důvodů citlivosti informací není uvedena. Další významnou položkou nákladů jsou mzdy pracovníků muzea, zhotovení a tisk plakátů, billboardů a doprovodných textů k výstavě.

7 ANALÝZA VÝSTAVY HISTORICKÉ CUKRÁRNY

Cílem analýzy je získat informace, zda výstava Historické cukrárny byla vhodně připravena a zda je potřebná nějaká změna při realizaci dalších výstav. Na základě zjištěných informací z pohledu návštěvníka lze zhodnotit výstavu a navrhnout případná řešení.

Hlavním cílem analýzy je zjistit, jak návštěvníci hodnotí výstavu, rozebrat nedostatky a využít odpovědí respondentů ke zkvalitnění výstav.

Realizační etapa

Pro sběr informací byl zvolen dotazník s osobním kontaktem, a to pro případnou pomoc s vyplňováním dotazníku a hlavně kvůli navázání přátelského a pozitivního kontaktu s respondentem.

Bylo rozdáno 350 dotazníků.

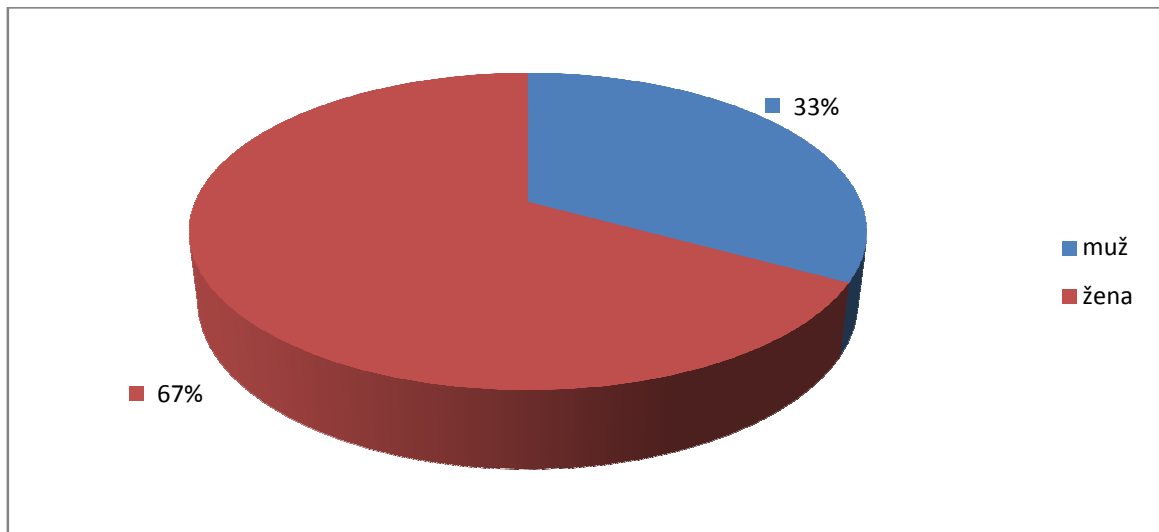
Potřebné podklady pro analýzu byly získávány v období od 28. prosince 2012 do 20. ledna 2013.

Dotazník obsahoval 11 otázek. Otázky byly zaměřeny na výstavu Historické cukrárny. Předností bylo sestavení otázek tak, aby jejich zodpovězení bylo jednoduché a nezabíralo moc času. Otázky byly uzavřené, polouzavřené a otevřené, aby měli respondenti možnost vyjádřit svůj subjektivní názor.

Dotazník je uveden v příloze.

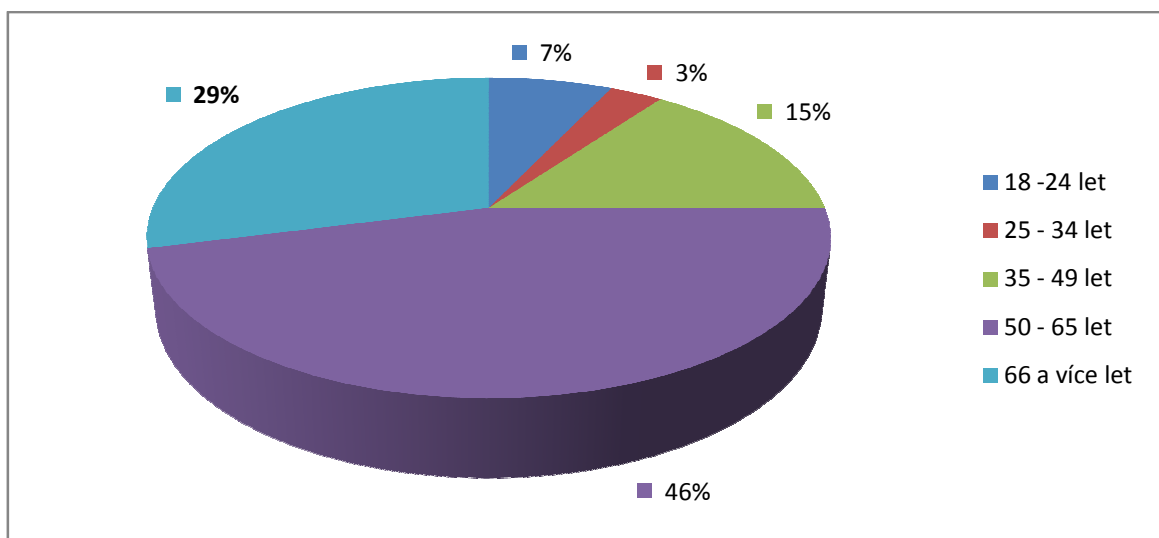
Vyhodnocení získaných informací

Vyhodnocení je provedeno postupně po jednotlivých otázkách. Výsledky jsou uvedeny v grafech. Na základě výsledků dotazníkového šetření bylo doporučeno několik návrhů na zlepšení, které jsou popsány v další kapitole bakalářské práce.

Identifikační otázky**Otázka č. 1. Vaše pohlaví?**

Obr. 2. Pohlaví respondentů [vlastní zpracování]

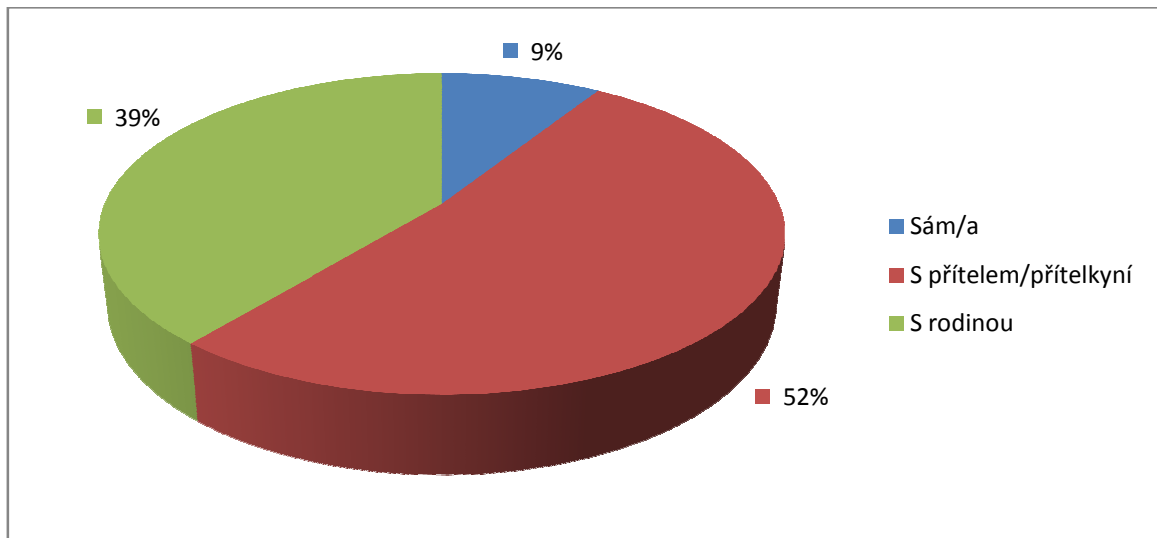
Dotazníkového šetření se zúčastnilo 67 % žen a 33 % mužů.

Otázka č. 2. Kolik je Vám let?

Obr. 3. Věk respondentů [vlastní zpracování]

Největší skupinu z hlediska věku tvořila skupina respondentů ve věku 50 - 65 let s 46 %. Následovaly skupiny 66 - víc let s 29 % a 35 - 49 let s 15 %. Nejmenší zastoupení měly skupiny 18 - 24 let se 7 % a 25 - 34 let se 3 %.

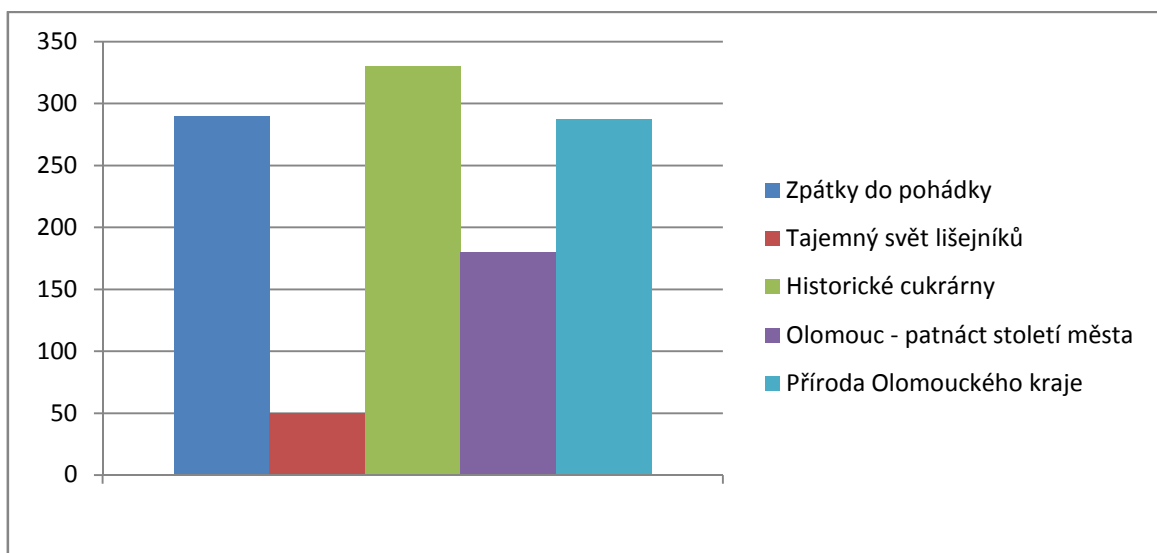
Otázka č. 3. S kým jste do muzea přišel/a?



Obr. 4. Návštěva muzea [vlastní zpracování]

Z grafu je zřejmé, že víc jak polovina dotázaných respondentů tedy 52 % navštívili muzeum s přítelem. 39 % respondentů odpovědělo, že navštívili muzeum s rodinou a 9 % respondentů přišlo samo.

Otázka č. 4. Které výstavy, expozice jste navštívil/a a jak dlouho jste se u jednotlivých výstav, expozic zdržel/a?

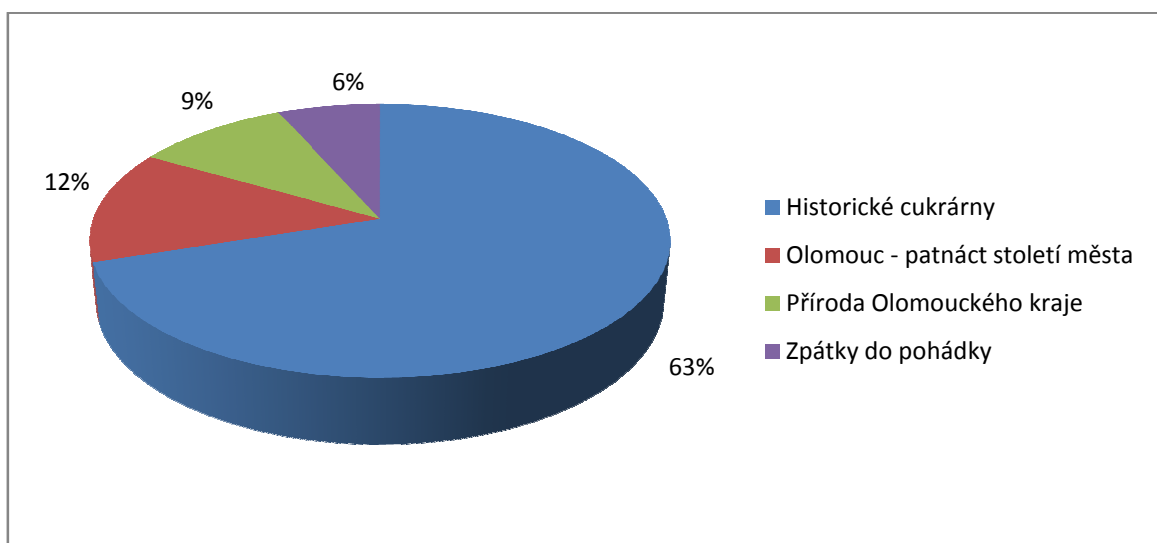


Obr. 5. Výstavy/expozice [vlastní zpracování]

U této otázky měli respondenti možnost uvést více výstav, které navštívili. Z grafu je patrné, že nejvíce navštěvovanou výstavou v období prováděného průzkumu byla výstava

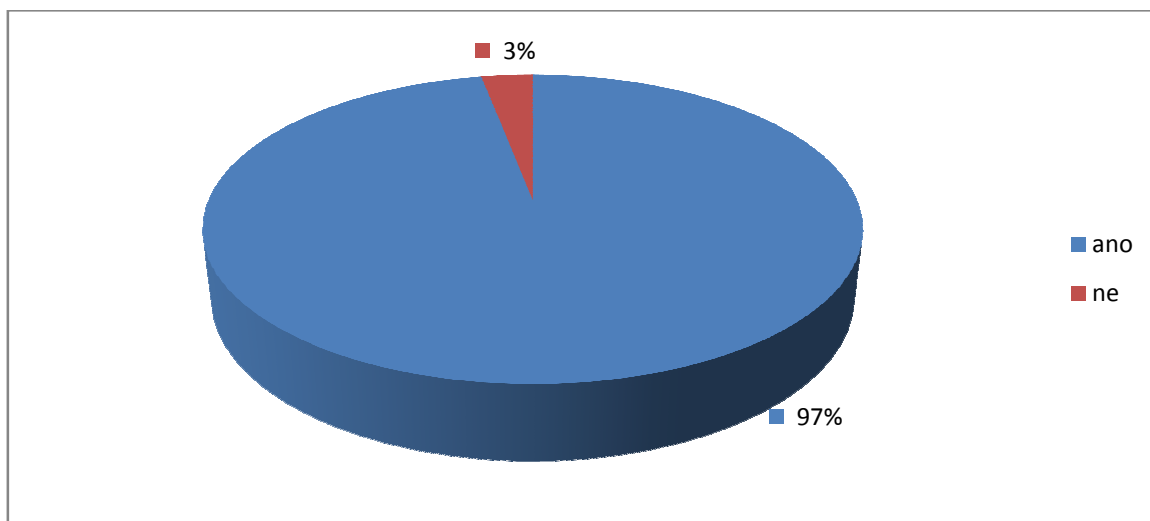
Historické cukrárny, kterou navštívilo 330 dotázaných respondentů. Další nejnavštěvovanější výstavy byly Zpátky do pohádky (290 respondentů), příroda Olomouckého kraje (287 respondentů), Olomouc – patnáct století města 180 respondentů a Tajemný svět lišejníků (50 respondentů). U respondentů byla zjišťována i doba jak dlouho se na výstavách/expozicích zdržovali. Průměrná doba byla kolem 20 minut, ovšem záleží na rozsahu výstavy či expozice a atraktivnosti pro návštěvníka.

Otázka č. 5. Která výstava, expozice se Vám nejvíce líbila?

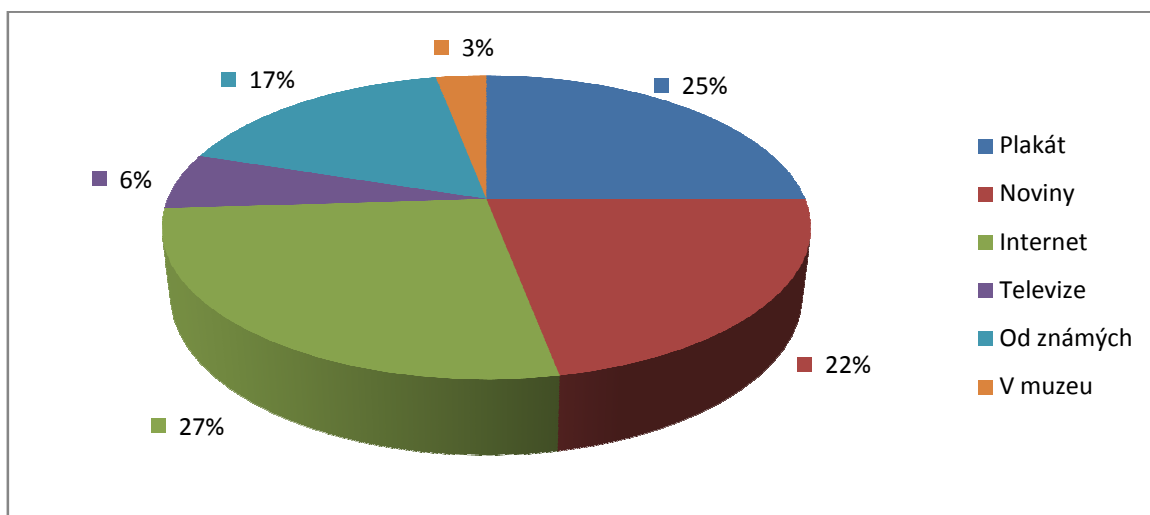


Obr. 6. Nejatraktivnější výstava [vlastní zpracování]

Tato otázka navazuje na předchozí šetření. Více jak polovinu (63 %) dotázaných respondentů nejvíce zaujala výstava Historické cukrárny. 12 % respondentů se nejvíce líbila stálá expozice Olomouc – patnáct století města a 9 % respondentům se líbila expozice Příroda Olomouckého kraje. Zbylým 6 % respondentům se líbila výstava Zpátky do pohádky.

Otázka č. 6. Zaujala Vás výstava Historické cukrárny?*Obr. 7. Historické cukrárny [vlastní zpracování]*

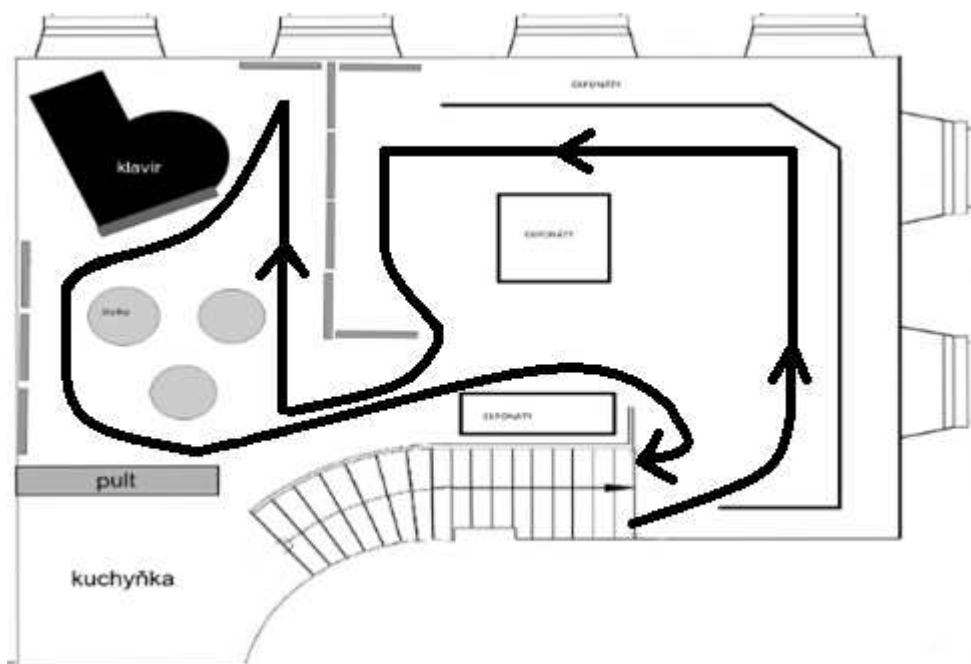
V této otázce se drtivá většina (97 %) respondentů vyjádřila kladně a byli z výstavy nadšeni. Zbylé 3 % respondentů se vyjádřilo, že výstava byla pěkná, ale nijak je nezaujala. Jednalo se spíše o mladší věkovou kategorii, kteří nemají vztah k tomuto tématu a především nezažili dobu první republiky, na kterou je výstava zaměřena.

Otázka č. 7. Kde jste se o výstavě Historické cukrárny dozvěděl/a?*Obr. 8. Zdroj informací [vlastní zpracování]*

Z výše uvedeného grafu je viditelná různorodost informačních zdrojů, z kterých se respondenti dozvěděli o výstavě Historické cukrárny. 27 % dotazovaných získalo informace o výstavě z internetu, respektive z webových stránek Vlastivědného muzea.

Dalších 25 % respondentů se o výstavě dozvěděli z plakátu. Většina z nich uvedla, že plakát viděli cestou tramvají kolem Vlastivědného muzea. 22 % respondentů uvedlo jako zdroj informací noviny, jednalo se spíše o regionální noviny, nejvíce zmiňované byly noviny „KDY KDE CO V OLOMOUCI,“. 17 % respondentů získalo informaci o výstavě od známých a 6 % uvedlo jako zdroj televizi. 3 % respondentů se o výstavě dozvěděli až při návštěvě muzea a všichni tuto výstavu navštívili.

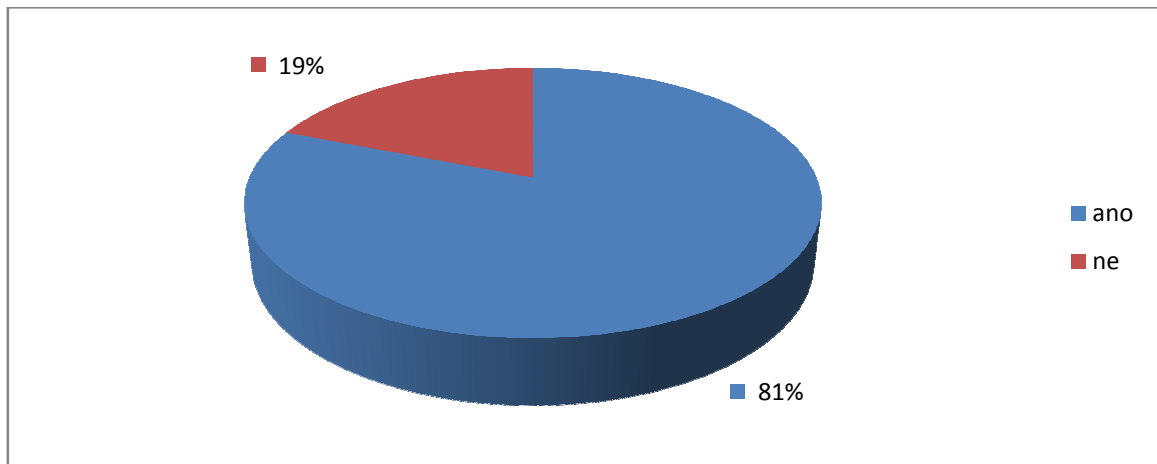
Otázka č. 8. Jakým směrem jste výstavu Historické cukrárny prošel/a?



Obr. 9. Plánek výstavního prostoru [vlastní zpracování]

Součástí dotazníku byl i výše vedený plánek výstavního prostoru, ve kterém se výstava Historické cukrárny konala. Sál Radeckého, který je prvním výstavním sálem při příchodu do muzea. Respondenti měli naznačit směr, jakým výstavu Historické cukrárny prošli. Cílem bylo zjistit, zda návštěvníci procházejí výstavu, tak jak byla navržena. 95 % respondentů zakreslilo do plánu směr tak, jak byl navržen. Pouze 5 % respondentů prošlo výstavu jiným směrem.

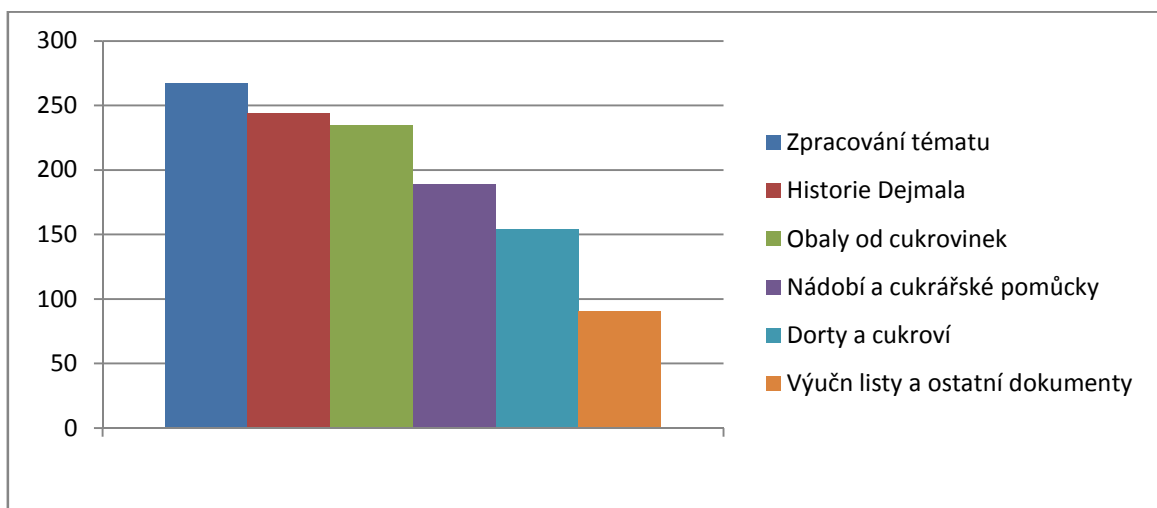
Otázka č. 9. Četl/a jste si panely s texty a jak dlouho jste se u nich zdržel/a?



Obr. 10. Panely s texty [vlastní zpracování]

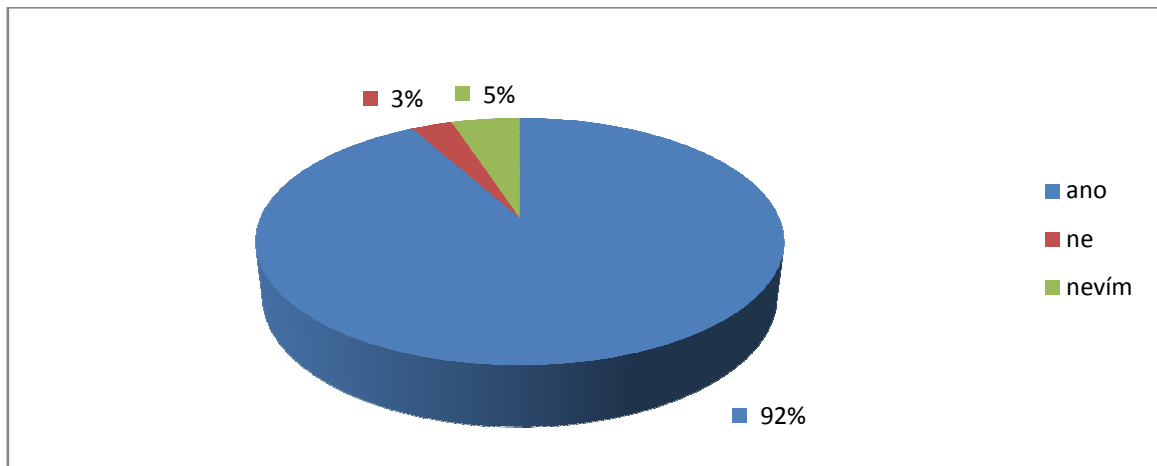
Z grafu je patrné, že 81 % respondentů si přečetlo panely s texty a v průměru se u nich zdrželi kolem 10 minut. Zbýlých 19 % respondentů si výstavu prošli, ale u panelů s texty se nezdržovali.

Otázka č. 10. Co se Vám na výstavě Historické cukrárny nejvíce líbilo?



Obr. 11. To neatraktivnější na výstavě [vlastní zpracování]

Tato otázka byla záměrně otevřená, aby mohl každý z dotázaných vyjádřit, co se mu nejvíce na výstavě líbilo. Každý z těchto respondentů uvedl více věcí, které se opakovaly. Nejvíce se respondentům líbilo navrzení a zpracování tématu, informace o historii Dejmalá, obaly od cukrovinek a bonbónů, nádobí a cukrářské pomůcky, dorty a cukroví a také výuční listy a ostatní dokumenty.

Otázka č. 11. Navštívíte muzeum i příště?

Obr. 12. Příští návštěva muzea [vlastní zpracování]

Na tuto otázku odpovědělo 92 % respondentů kladně, tedy že v budoucnu rádi navštíví muzeum. 3 % respondentů odpovědělo negativně, ne protože by se jim muzeum nelíbilo, ale byli buď cizinci, nebo nebyli zdejší.

8 ZHODNOCENÍ A ZÁVĚREČNÁ DOPORUČENÍ

Na bázi zjištěných informací vplynuly níže uvedené návrhy, které by mohli pomoci ke zkvalitnění a zefektivnění výstav ve Vlastivědném muzeu v Olomouci.

Z pohledu návštěvníků a návštěvnosti se výstava setkala s velkým úspěchem. Návštěvnost výstavy za dobu jejího trvání (necelé dva měsíce) byla 3.920 návštěvníků. Z dotazníkového šetření vplynulo, že největší okruh návštěvníků tvořily ženy ve věku 50 – 65 let. Tato skutečnost vplyvá především z tématu výstavy a doby, kterou tato výstava prezentovala. Vhodně byl i zvolen termín konání této výstavy, protože období Vánoc je spjato s pečením cukroví a lidé v zimním počasí rádi navštěvují muzea a podobné instituce.

Z dotázaného vzorku respondentů byla drtivá většina z výstavy nadšena a chválili její zpracování. Z tohoto pohledu byl splněn cíl výstavy.

Příprava výstavy

Z provedené analýzy vplynulo, že k této výstavě nebyl zpracován přesný manuál – chronologický postup jednotlivých činností. Pro pracovníky muzea bylo nejdůležitější datum zahájení výstavy a od toho se odvíjely všechny práce s přípravou a realizací výstavy. Možná to bylo ovlivněno tím, že byla tato výstava částečně převzatá. Ale pro budoucí přípravu podobných výstav by bylo vhodnější zpracovat přesný časový harmonogram přípravy, ušetří se tím spousta času a jsou jasně vymezeny úkoly jednotlivých pracovníků a vede to i ke snížení nákladů, které vnikají nedodržením termínu.

Výstavní prostor byl zvolen sál Radeckého, protože byl jediným volným výstavním sálem. Tento sál byl vhodný k výstavě a hodil se k tématu svým historickým rázem. Nevýhodou bylo, že tento sál se nachází v prvním patře bez výtahu a pro méně pohyblivé či invalidy to znamenalo překážku. Směr prohlídky výstavy (viz. kapitola 5. 4 Směr prohlídky) byl navržen výtvarníkem muzea a podle dotazníkového šetření bylo zjištěno, že byl navržen vhodně a logicky. Z dotázaných respondentů 95 % návštěvníků výstavy prošlo výstavu navrženým směrem.

Na přípravě a realizaci výstavy se podíleli různou měrou všichni pracovníci muzea. Byl vhodně sestaven realizační tým, který zvládl celou přípravu výstavy bez větších obtíží a dovedl výstavu k úspěšnému konci a zajištění likvidace celé výstavy.

Pokud v přepravě obecně platí, že přepravní lhůty hrají zásadní roli, platí zde tato skutečnost dvojnásob. Každá výstavní akce má pevně stanovený začátek a konec tak

i pevně stanovené termíny instalace a denistalace. Proto veškerý výstavní materiál a exponáty nedodané včas v průběhu instalace způsobí vystavovatelům škody. Doprava exponátu a zařízení byla při této výstavě specifická tím, že Vlastivědné muzeu se staralo pouze o jimi doplněnou podstatně menší část výstavy. Větší část výstavy byla dovezena majiteli putovní výstavy a také byla jimi nainstalována. Tuto část výstavy nevidím jako problematickou, vše proběhlo ve stanovených termínech a v pořádku.

Propagace

Výstava Historické cukrárny byla propagována na webových stránkách muzea, plakáty v prostorách muzea, billboardy na budově Vlastivědného muzea v Olomouci a na budově Moravského divadla v Olomouci a prostřednictvím médií. Z dotazníkového šetření u návštěvníků výstavy vyplynulo, že významným zdrojem informací pro návštěvníky jsou webové stránky muzea. Z tohoto důvodu je důležité, aby program výstavních akcí byl uváděn s časovým předstihem.

Další možností internetové komunikace s návštěvníky jsou sociální sítě jako je facebook. Profil, reklama na facebooku má bezesporu svůj potenciál, který se však musí umět dobře využít. Vlastivědné muzeum má profil na facebooku, ale je uživateli málo navštěvován respektive je tato reklama nevyužitá. Propagační oddělení muzea by se mělo zaměřit na tento druh reklamy, zároveň by mohla být využívána k novým formám výstav a inspirací pro získání nových témat pro výstavu. Reklama na facebooku je výhodná i v tom, že je možné ji segmentačně zacílit, například že bude zobrazována uživatelům v Olomouckém kraji a zvýšit tak její efektivnost. Reklama na sociálních sítích by mohla oslovit i mladší věkovou skupin, která podle provedeného dotazníkového šetření měla malé zastoupení v návštěvnosti muzea.

Další významný zdroj informací k výstavě byl plakát a billboard. Plakát byl vystaven pouze při vstupu do muzea a v prostorách muzea. Vhodné by bylo rozmístit plakáty i na dalších plochách určených k vylepování plakátů.

Pro marketingové oddělení by mělo být důležité zajistit zpětnou vazbu od návštěvníků prostřednictvím dotazníků a sociálních sítích, podle nichž by mohli zjistit vhodnost a efektivnost používané propagace.

Finanční zhodnocení

Náklady na výstavu předložené vedením neobsahovaly rozdělení jednotlivých nákladových položek. Z dodaných materiálů nelze přesně identifikovat náklady vynaložené na mzdy zaměstnanců, zápůjčné výstavy, náklady na propagaci, náklady na dopravu a další náklady spojené s přípravou a realizací výstavy. Vhodné by bylo předem sestavovat rozpočty k jednotlivým výstavám a vyčlenit finanční prostředky na jednotlivé činnosti a jednotlivým útvarům. Tím by byla zajištěna efektivita a hospodárnost s finančními prostředky. Důležitým předpokladem pro efektivní hospodaření muzea je po ukončení výstavy zpracovat finanční zhodnocení, porovnat je s plánem, zjistit odchylky a navrhnout řešení k jejich odstranění.

ZÁVĚR

Bakalářská práce se věnovala analýze výstavy z pohledu Arts Logistics ve Vlastivědném muzeu v Olomouci. V úvodní části bakalářské práce byly vysvětleny základní odborné pojmy, které byly důležité pro zpracování praktické části. V praktické části byla na základě získaných dat provedena analýza výstavy, přípravy, realizace a procesů výstavnictví ve Vlastivědném muzeu v Olomouci. Potřebné informace pro zpracování práce byly získány na základě provedeného dotazníkového šetření u návštěvníků výstavy. Na bázi získaných poznatků byla formulována doporučení pro zlepšení stávajícího stavu. Cíl bakalářské práce, analýza výstavy z pohledu Arts Logistics ve Vlastivědném muzeu v Olomouci, byl splněn. Tato analýza výstavy byla v muzeích Olomouckého kraje provedena vůbec poprvé.

Každou výstavní akci je třeba naplánovat, přemístit do jejího místa všechno potřebné, provést technické zabezpečení, čili uskutečnit řetězec materiálních, informačních, komunikačních a fyzických aktivit, nezbytných k zahájení a hladkému průběhu výstavní akce.

Závěrem bych chtěla poznamenat, že v organizacích působících v oblasti kultury existuje prostor i potřeba k využití logistiky vedoucí ke zpružnění a zefektivnění řady operativních i strategických činností, jimiž se tyto organizace zabývají. Logistickými postupy a metodami lze organizovat unikátní akce, jako jsou výstavy, koncerty, turné, divadelní premiéry. V konkurenčním prostředí se vyznačuje úsilím o získání a udržení návštěvníků – zákazníků, logistika může být významným zdrojem konkurenční výhody.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie

- [1] BENEŠ, Josef. *Kulturně výchovná činnost muzeí*. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, 1981.
- [2] BENEŠ, Josef. *Muzejní prezentace*. Praha: Národní muzeum, 1981.
- [3] BENEŠ, Josef. *Základy muzeologie*. Opava: Open Education, 1997. ISBN 80-901-9743-4.
- [4] DESVALLÉES, André a kol. *Základní muzeologické pojmy*. Brno: Technické muzeum v Brně, ©2011. ISBN 978-80-86413-79-2.
- [5] DRAHOTSKÝ, Ivo, Rudolf KAMPF, Jaromír ŠIROKÝ a Miroslav SLIVONĚ. *Logistika, procesy a jejich řízení: procesy a jejich řízení*. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-722-6521-0.
- [6] KESNER, Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada, 2005. Expert. ISBN 80-247-1104-4.
- [7] KOZEL, Roman a kol. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-0966-X.
- [8] LINHART, Jiří a kol. *Slovník cizích slov pro nové století*. Praha: Dialog, 2003. ISBN 80-858-4361-7.
- [9] MÁLEK, Zdeněk, Zdeněk ČUJAN, Jaromír ŠIROKÝ a Miroslav SLIVONĚ. *Základy logistiky: [příkladové studie, řízení zásob, přeprava a skladování, balení zboží]*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2008. ISBN 978-80-7318-729-3.
- [10] PERNICA, Petr a kol. *Arts logistics: Arts management*. Překlad Adolf Baudyš, Gustav Tomek. Praha: Oeconomica, 2008. ISBN 978-80-245-1412-3.
- [11] PERNICA, Petr, Zdeněk ČUJAN, Jaromír ŠIROKÝ a Miroslav SLIVONĚ. *Logistika pro 21. století: (supply chain management)*. Praha: Radix, 2005. ISBN 80-860-3159-4.
- [12] ŘEZÁČ, Jaromír. *Logistika*. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2010. ISBN 978-80-7265-056-9.

- [13] SCHULTE, Christof. *Logistika*. Praha: Victoria Publishing, 1994. ISBN 80-85605-87-2.
- [14] SIXTA, Josef a MAČÁT, Václav. *Logistika: teorie a praxe*. Brno: CP Books, 2005. Praxe manažera. ISBN 80-251-0573-3.
- [15] ŠTĚPÁNEK, Pavel. *Obrysy muzeologie: pro historiky umění*. Olomouc: Univerzita Palackého, Filozofická fakulta, 2002. ISBN 80-244-0542-3.
- [16] STRÁNSKÝ, Zbyněk. *Úvod do studia muzeologie*. Brno: Univerzita J.E. Purkyně, 1980.
- [17] STRÁNSKÝ, Zbyněk. *Úvod do studia muzeologie*. 2. aktualiz. a podstatně rozš. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2000. ISBN 80-210-1272-2.
- [18] VLASTIVĚDNÉ MUZEUM. *Vlastivědné muzeum v Olomouci: průvodce po sbírkách a stálých expozicích = Regional Museum in Olomouc : guide to the collections and permanent exhibitions = Heimatkundemuseum in Olmütz : Führer durch Sammlungen und Dauerausstellungen*. Olomouc: Vlastivědné muzeum v Olomouci, 2007. ISBN 978-80-85037-50-0.
- [19] ZAMAZALOVÁ, Marcela a kol. *Marketing*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-115-4.
- [20] ŽALMAN, Jiří a kol. *Příručka muzejníková. I., Tvorba, evidence, inventarizace a bezpečnost sbírek v muzeích a galeriích*. Praha: Asociace muzeí a galerií České republiky, 2002. ISBN 80-7028-179-0.
- [21] ŽALMAN, Jiří. *Příručka muzejníková. II, Metodické pokyny pro správu sbírek muzejní povahy, vývoz sbírkových předmětů mimo celní území Evropských společenství, realizaci výpůjček a zápůjček sbírkových předmětů pro výstavní účely: metodické texty, právní normy*. Praha: Asociace muzeí a galerií České republiky, 2006. ISBN 80-86611-19-1.

Internetové zdroje

- [22] *MINISTERSTVO KULTURY – centrální evidence sbírek* [online]. [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: <http://ces.mkcr.cz/cz/ces.php>
- [23] *MORAVSKÉ ZEMSKÉ MUZEUM* [online]. [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: www.mzm.cz/.../SMERNICE_2011_22_MZM_Depozitarni_rad.doc

[24] *VLASTIVĚDNÉ MUZEUM V OLOMOUCI* [online]. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z:
http://www.vmo.cz/cms_dokumenty/zrizovaci-listina-vmo.pdf

[25] *VLASTIVĚDNÉ MUZEUM V OLOMOUCI* [online]. [cit. 2013-04-19]. Dostupné z:
<http://www.vmo.cz/rubriky/dokumenty/vyrocní-zpravy/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CES Centrální evidence sbírek.

MK ČR Ministerstvo kultury České republiky.

SLUKO Studijní a lidový ústav kraje Olomouckého.

VMO Vlastivědné muzeum v Olomouci.

ICOM The International Council of Museums - Mezinárodní rada muzeí.

PR Public relations.

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1. Organizační struktura Vlastivědného muzea v Olomouci</i>	37
<i>Obr. 2. Pohlaví respondentů</i>	49
<i>Obr. 3. Věk respondentů</i>	49
<i>Obr. 4. Návštěva muzea</i>	50
<i>Obr. 5. Výstavy/expozice</i>	50
<i>Obr. 6. Neatraktivnější výstava</i>	51
<i>Obr. 7. Historické cukrárny</i>	52
<i>Obr. 8. Zdroj informací</i>	52
<i>Obr. 9. Plánek výstavního prostoru</i>	53
<i>Obr. 10. Panely s texty</i>	54
<i>Obr. 11. To neatraktivnější na výstavě</i>	54
<i>Obr. 12. Příští návštěva muzea</i>	55

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1. Výnosy Vlastivědného muzea v roce 2012</i>	38
<i>Tab. 2. Náklady Vlastivědného muzea v roce 2012</i>	38

SEZNAM PŘÍLOH

P I Revers

P II Plakát výstavy

P III Dotazník

P IV Fotky

PŘÍLOHA P I: REVERS



VLASTIVĚDNÉ MUZEUM

V OLOMOUCI

Revers

Na interní zapůjčení sbírkových předmětů

Dne 29.11. 2012 byly v rámci Vlastivědného muzea v Olomouci zapůjčeny tyto sbírkové předměty z fondů VMo **Etnografie, Novodobé dějiny, Průmysl obchod řemesla a dále z majetku Muzea Komenského v Přerově, Městského muzea Litovel, společnosti Nestlé Česko s.r.o.**

pana Stanislava Krámského, pana Jana Kotrbáčka

Přír. č.	katal. č.	popis předmětu
----------	-----------	----------------

Etnografie:

př.č. 8/2012		Plechové dózy od sušenek – Biscuits Kraus, 2 ks
př.č. 14/2006		Vánoční kolekce Zora
	E 15201	Stojánek na cukroví, konec 19. století
	E 22675	Vánoční kolekce Zora, 50. léta,
	E 22673	Vánoční kolekce Zora, 1957
	E 14363	Dóza na cukr, 1. čtvrtina 20. století
	E 14364	Dóza na kakao, 1. čtvrtina 20. století
bez č.		Bonboniéra Zora

Novodobé dějiny:

	DK 439	firemní obálka Akciová továrna na cukrovinky a čokoládu v Olomouci, Zora A.T.O.
--	--------	---

DK 463 Papírový sáček První společná Moravská továrna na cukrovinky a čokoládu v Olomouci č. 29, Dolní náměstí

KP 984 Výuční list cukráře Karla Ledera

KP 1093 Papírové sáčky „Dobrou kávu... u firmy Čestmír Mach v Cakově“, 2 ks - červený a zelený

Průmysl, obchod, řemesla:

P 3618 Žerotínská žitná káva J.Šišma v Žerotíně, obaly,
2ks

P 3619 Žerotínská žitná káva J.Šišma v Žerotíně, obaly

P 3088 Násypka na kávu – Cikorka Hanačka

P 6187 Násypka na kávu – Olomoucká cikorka Hanačka

př.č. 52/68 P 1063 Dóza na kávovou směs „Komárkova kávová směs“

P1086 plechovka od kakaa červená

P 3341 album s obaly Zora

P 1064 plechovka od kakaa Rüger

bez č. strojek na zmrzlinu Kosmos – dřevěný

bez č. plechovka od kakaa Mikšovský

bez č. plechovka od kakaa červená Hartwig a Vogel

bez č. Žerotínská žitná káva J.Šišma v Žerotíně, sáčky,
7 ks

Muzeum Komenského v Přerově:

HR 741 Plechová dóza od cukrovinek Hela, 30.léta
20.století

HR 742	Plechová dóza od cukrovinek Hela, 30.léta 20.století
HR 1064	pražič na kávu, kovový, 2. polovina 19. stol.
C 101, C 102	misky na zmrzlinu, alpakové podstavce, skleněné nádoby, před 1900

Městské muzeum Litovel:

Sáček na cukroví s logem cukrárny Josefa Štafla, 30.- 40.léta 20.století

Papírové košíčky s logem cukrárny Josefa Štafla, 30.- 40.léta 20.století

Firemní obálka s logem cukrárny Josefa Štafla, 30.- 40.léta 20.století

Etiketa s logem cukrárny Josefa Štafla, 30.- 40.léta 20.století

forma na želé, kamenina

Nestlé Česko s.r.o.:

Historické obaly od cukrovinek značky Zora adjustované v rámech 70x100 cm v

Stanislav Krámský:

Dejmal – dřevěná krabička od bonbónů s oceněním 1935

Dejmal – dřevěná krabička od bonbónů, 30. léta 20. století

Mikšovský – reklamní plakát zarámovaný, chlapec s holčičkou

Mikšovský – reklamní cedule na dřevě s vyobrazením dítěte, 1941

Mikšovský – papírová reklama - krojovný chlapec s holčičkou,

Zora- reklamní plakát, žena v kožichu

Zora - malá bonboniera, Chocolat a Bonbons

Zora – plechová dóza , žena s motýlem

Plechová dóza a originální sladové bonbóny Zora, 40.léta 20.století

Plechová dóza od cukrovinek Olfedo, 30.- 40.léta 20.století

Plechová dóza od bonbónů Olfedo, 40.léta 20.století

Olfedo – obaly od čokolád, 2 ks

Union - obaly od čokolád , 2 ks

F.J.Svoboda – papírová reklama

Jan Kotrbáček:

Vysvědčení o absolvování cukrářské praxe, 1902, vlepené v knize paměti M.Kotrbáčka

Živnostenský list cukráře Josefa Kotrbáčka, 1906

Cukrárna Josefa Kotrbáčka přebudovaná na protitankový bunkr, fotografie, 1945

Cukrářská dílna Josefa Kotrbáčka, fotografie, 1934

Diplom cukráři Josefu Kotrbáčkovi, 1932

Převzal dne

(jméno a podpis vypůjčovatele)

Účel a místo zápůjčky: Výstava Historické cukrárny

Termín vrácení:

..... do 31.1.2012

Zapůjčovatel : Mgr. Hana Jakůbková

Sbírkové předměty byly vráceny dne :

(podpis)

PŘÍLOHA P II: PLAKÁT



Vánoce ve Vlastivědném muzeu

Zpátky do pohádky
3. 11. 2012 – 20. 1. 2013

Historické cukrárny
30. 11. 2012 – 20. 1. 2013

Podrobné informace o těchto
i dalších výstavách
a expozicích na www.vmo.cz

 Olomoucký kraj

 **rádio 247**
72.3 FM

 **ZZIP**
www.zzip.cz

 **Karamel**
kukárny a cukrářské školy

 **Moravské divadlo**
OLMOUC

 **MUZEUM**
OLMOUC



PŘÍLOHA P III: DOTAZNÍK

DOTAZNÍK PRO ZJIŠTĚNÍ ATRAKTIVNOSTI VÝSTAV VE VLASTIVĚDNÉM

MUZEU V OLOMOUCI

Vážená paní, vážený pane,

jsem studentkou 3. ročníku Univerzity Tomáše Bati, Fakulty logistiky a krizového řízení, v Uherském Hradišti. V rámci zpracování mé bakalářské práce, která se zabývá analýzou přípravy výstavy z pohledu arts logistic, obracím se na Vás s prosbou o vyplnění následujícího dotazníku. Tento dotazník je výhradně pro akademické účely a bude zcela respektovat Vaše právo na anonymitu. Výsledky budou zpracovány s největší diskrétností. Prosíme, abyste na otázky odpověděli co nejupřímněji.

Velmi Vám děkuji za Vaši ochotu a čas.

1. Vaše pohlaví?

žena

muž

2. Kolik je Vám let?

18 – 24 let

50 – 65 let

25 – 34 let

66 a více let

35 – 49 let

3. S kým jste do muzea přišel/a?

Sám/a

S rodinou

S přítelem/přítečkou

Se školou

4. Které výstavy, expozice jste navštívil/a a jak dlouho jste se u jednotlivých výstav, expozic zdržel/a ?

Zpátky do pohádky (..... min.)

Tajemný svět lišejníků (..... min.)

Historické cukrárny (..... min.)

Olomouc – patnáct století města (..... min.)

Příroda Olomouckého kraje (..... min.)

5. Která výstava, expozice se Vám nejvíce líbila?

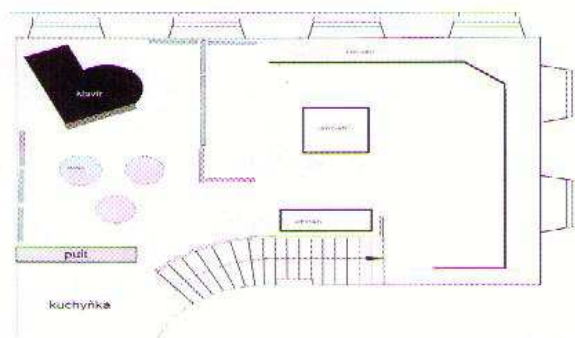
6. Zaujala Vás výstava Historické cukrárny?

ano

ne

7. Kde jste se o výstavě Historické cukrárny dozvěděl/a?

8. Jakým směrem jste výstavu Historické cukrárny prošel/a? (Naznačte šipkami)



9. Četl/a jste si panely s texty a jak dlouho jste se u nich zdržel/a?

ano (..... min)

ne

10. Co se Vám na výstavě Historické cukrárny nejvíce líbilo?

11. Navštívíte muzeum i příště?

ano

ne

nevím

Ještě jednou Vám děkuji za ochotu a čas, který jste věnoval/a vyplnění tohoto dotazníku.

PŘÍLOHA P IV: FOTKY

