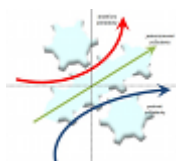


## Identifikácia špecifických požiadaviek zákazníka na vybrané produkty z dreva

Loučanová Erika · Humanitné vedy

15.03.2013



Príspevok sa venuje problematike spokojnosti zákazníkov s produktmi z dreva. Metodika identifikácie týchto špecifických požiadaviek zákazníkov na dané komodity je realizované prostredníctvom Kano modelu. Identifikujeme požiadavky na vybrané produkty z dreva na úrovni atraktivity pre zákazníkov, priamoúmernému zvyšovaniu jeho uspokojovania potrieb a v neposlednom rade povinným požiadavkám.

### Úvod

Silná konkurencia na globálnom trhu spôsobuje stále zrýchľovanie toku inovácií a to aj prostredníctvom uspokojovania požiadaviek zákazníkov, čím si firmy chcú posilniť svoju pozíciu. Spokojnosť zákazníkov ako parameter hodnotenie konkurencieschopnosti produktov následne prejavnený vo finančných výsledkoch podniku predstavuje aj jeho samotnú konkurencieschopnosť. Spokojnosť zákazníka s produktom nie je objektívna ani absolútna veličina, preto je dôležité hľadanie nových možností a inovácií, aby produkt vytváral potreby uspokojujúce vnímanie zákazníka.

Jednou z takýchto možností hľadania a identifikovania veličín predstavujúcich spokojnosť zákazníka je sledovanie špecifických vlastností produktov ako nelineárnej a asymetrickej závislosti medzi dôležitosťou a spokojnosťou spotrebiteľov s rozličnými znakmi reprezentatívnych komodít, založenej na individuálnej transakcii alebo kumulatívnej spokojnosti so sledovanými výrobkami alebo službami. Práve sledovanie spomínaných veličín ako prvkov výkonnosti produktu pri uspokojovaní potrieb zákazníka bolo cieľom prieskumu, ktorého výsledky sú prezentované v tomto príspevku.

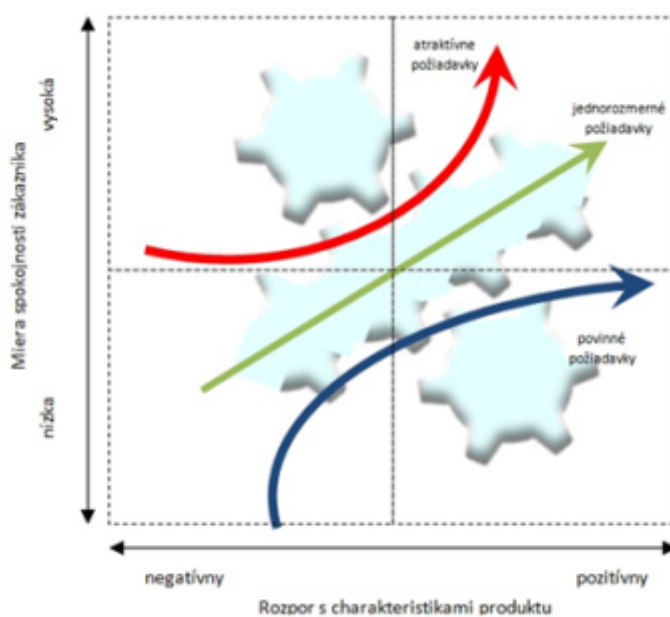
### Experimentálna časť

Pri sledovaní veličín predstavujúcich spokojnosť zákazníka s produktmi je vhodné ho konfrontovať s charakteristikami daného produktu, kde dochádza k jeho skúsenostnému pocitu súladu alebo rozporu so svojím očakávaním. Celá táto problematika je založená na teórii rozporu, ktorú rozpracoval profesor Kano do svojej metodiky KANO modelu pre zisťovanie diferenciačných veličín produktu vytvárajúcich jeho jedinečnú pozíciu.

Tento príspevok sa zameriava hlavne na hľadanie veličín, ktoré zákazník považuje za povinné, atraktívne a jednorozmerné u produktu. Kde:

- povinné - zákazník je v prípade nesplnenia týchto požiadaviek veľmi nespokojný a na druhej strane v prípade ich splnenia majú len malý vplyv na ich spokojnosť. Je to základné kritérium produktu.
- jednorozmerné - u týchto požiadaviek možno vidieť lineárnu závislosť ich naplnenia a spokojnosti - čím viac požiadaviek je splnených, tým spokojnejší je zákazník.
- atraktívne - splnenie týchto požiadaviek vedie k nárastu spokojnosti zákazníka exponenciálne a v prípade, že tieto požiadavky nie sú naplnené zákazník je nespokojný. Z tohto vyplýva, že tieto požiadavky majú najväčší vplyv na spokojnosť zákazníka.

Ich vzájomný vzťah medzi uspokojovaním potrieb zákazníka a charakteristikami produktu znázorňuje nasledujúci obrázok.



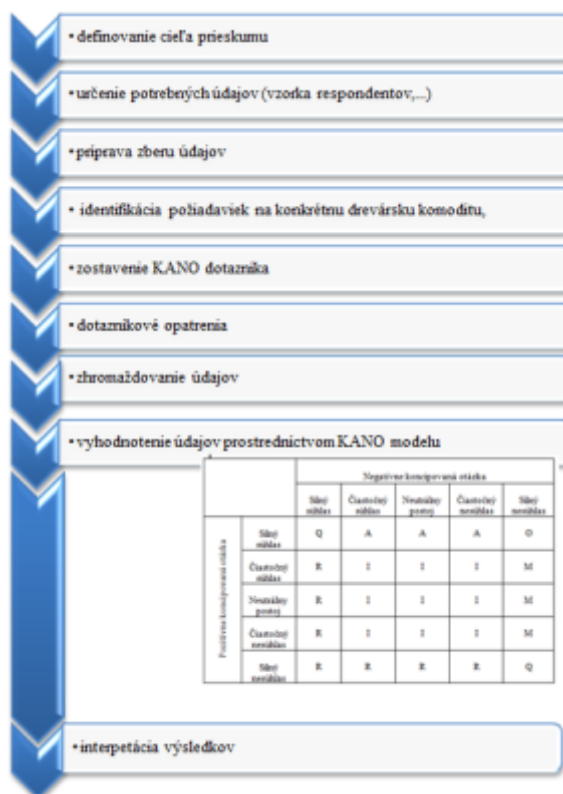
Obrázok 1 Vplyv jednotlivých veličín (požiadaviek) na spokojnosť zákazníka

Pre realizáciu uvedeného prieskumu bola použitá metodika identifikácie špecifických vlastností produktov (Loučanová, 2012), kde je popísaný návrh ako realizovať KANO model pri produktoch drevospracujúceho priemyslu. Konkrétne sa zameriame na vybrané produkty druhostupňového spracovania dreva, ako sedací nábytok, kancelárske stoly, kuchyne, resp. kuchynské linky, ratanový a záhradný nábytok, altánky, podlahy, okná, dvere ako aj drevené hračky, keďže tieto sú predmetom používania konečného zákazníka.

Cieľom prieskumu bolo identifikovať požiadavky zákazníkov na vybrané produkty druhostupňového spracovania dreva vo vzťahu k jeho spokojnosti. Cieľovú skupinu pre daný prieskum tvorilo respondentov vo veku 20-35 rokov, keďže sa vychádzalo z predpokladu, že práve táto skupiny ľudí si zariaďuje nové bývanie a teda má veľmi čerstvé skúsenosti s výberom, kúpou, dovozom a samotným používaním vybraných produktov, ako aj s ostatnými faktormi ovplyvňujúcimi ich ďalšie nákupné správanie.

Prieskum bol realizovaný dopytovaním prostredníctvom KANO dotazníka, ktorý bol skonštruovaný na základe identifikácie požiadaviek na konkrétnu komoditu z dreva. Následne získané údaje s realizovaného dopytovania boli vyhodnocované krížovým pravidlom, prostredníctvom KANO modelu, kde boli identifikované požiadavky

zákazníkov na vybrané produkty druhostupňového spracovania dreva vo vzťahu k ich spokojnosti, ako atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I). Celú metodiku prieskumu znázorňuje nasledujúci obrázok.



Obrázok 2 Metodika realizovaného prieskumu

## Výsledky

Podľa uvedenej metodiky sme dospeli k nasledovným záverom u vybraných komodít z dreva. U respondentov sme sledovali reakcie na jednotlivé charakteristiky, ktoré zvažujú pri kúpe kuchynských liniek, resp. zariadení kuchyne ako celku (tabuľka 1). Čo je zaujímavé ani jednu špecifickú požiadavku necharakterizovali ako povinnú, ktorú kuchyňa musí obsahovať. Jednorozmerné, teda tie ktoré svojím počtom postupne uspokojujú zákazníka je viac. Podľa týchto kritérií respondenti uprednostnia kuchynskú linku vyhotovenú z masívneho materiálu, najlepšie z buka alebo duba v cenovom rozpätí 500 až 700 €, spĺňajúcu hygienické normy, pri modernom systéme používaných kovaní so samo otváracími časťami kuchynskej linky a samozrejme dovozom. Ako atraktívne je pre nich ešte stále cenové rozpätie od 701 do 1000 €, vyhotovenie na mieru ako sektorový nábytok s kompletným namontovaním.

Tabuľka 1 Špecifické požiadavky kladené na kuchyne a kuchynské linky

Požiadavka*	A	O	M	I	R	Q	Kategória
<b>Cenové rozpätie:</b>							
500 - 700€	30	42	9	9	3	6	O
701 - 1 000€	30	21	15	27	6	0	A
1 001 - 1 500€	9	9	15	58	9	0	I

1 501 - 2 000€	15	3	21	36	24	0	I
Kuch. linka na mieru	36	12	12	24	6	9	A
Sektorovo vyhotovená kuch. linka	36	21	18	15	3	6	A
Montáž	33	15	27	6	3	15	A
Dovoz	24	33	18	12	3	9	O
<b>Použitý materiál:</b>							
Drevo	24	58	6	9	3	0	O
Plast	9	6	9	36	33	6	I
Kov	15	0	12	42	18	12	I
Veľkoplošné materiály	15	0	9	46	24	6	I
Kombinácia	12	21	12	24	12	18	I
<b>Preferovaný druh dreveniny:</b>							
Buk	15	36	12	21	3	12	O
Dub	15	33	6	24	12	9	O
Čerešňa	15	12	12	36	15	9	I
Javor	12	21	3	49	15	0	I
Hygienické normy	9	46	12	24	3	6	O
Samootváraacie skrinky	6	52	6	24	0	12	O

\*požiadavka - atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I).

Sedací nábytok (tabuľka 2) u tejto skupiny respondentov musí byť v cenovej hladine 300 až 499 € a je pre nich veľmi atraktívne ak jeho ceny je nižšia. Rovnako musí byť rozložiteľný, kde môžeme predpokladať, že ho chcú využívať ako lôžko na spanie pre návštevy. Uprednostnia kúpu sedačky u predajcu, ktorý im poskytne nielen dovoz, ale aj zmontovanie a dokonca odvoz starého sedacieho nábytku. Ako požiadavky na dovoz a odvoz je pre nich atraktívne aj možnosť využívania úložného priestoru.

Tabuľka 2 Špecifické požiadavky kladené na sedací nábytok

Požiadavka*	A	O	M	I	R	Q	Kategória
<b>Cenové rozpätie:</b>							
200 - 299€	23	37	10	0	0	30	A
300 - 499€	37	0	43	0	0	20	M
500 - 699€	7	0	23	47	0	23	I
700 - 899€	0	0	10	60	7	23	I
900€ a viac	0	0	0	0	70	30	R
Dovoz	43	0	10	3	0	43	A,Q
Životnosť	50	30	13	0	0	7	A
Dizajn	0	0	0	3	80	17	R
Rozložiteľnosť	33	0	47	7	0	13	M
Rozmery	23	50	13	0	0	13	O

Polohovateľnosť	0	0	0	0	90	10	R
Montáž	37	0	30	17	0	17	A
Úložný priestor	37	23	20	0	0	20	A

\*požiadavka - atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I).

U kancelárskych stoloch zákazníci nemajú veľké požiadavky. Jedine čo je pre nich uspokojujúce je keď stôl je vyhotovený z dreva, majú dostatok miesta na prácu a jeho cena by mala byť do 100€. Jednotlivé charakteristiky, ktoré boli sledované u kancelárskych stolov sú popísané v nasledujúcej tabuľke 3.

Tabuľka 3 Špecifické požiadavky kladené na kancelárske stoly

Požiadavka*	A	O	M	I	R	Q	Kategória
Prevedenie z dreva	15	65	5	0	5	10	O
Dostatok miesta	20	60	10	5	0	5	O
Moderný dizajn	5	0	5	65	15	10	I
<b>Cenové rozpätie:</b>							
0 - 100€	20	40	5	30	0	5	O
101 - 200€	15	15	10	50	0	10	I
201 - 300€	5	0	5	65	25	0	I
301€ a viac	5	0	0	20	75	0	R
Business štýl	5	15	5	65	10	0	I
Montáž	5	20	5	65	5	0	I
Nastavenie výšky	10	5	0	35	35	15	I/R

\*požiadavka - atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I).

Ako špecifický druh dreveného nábytku je ratanový nábytok. Preto nás zaujímali aj požiadavky kladené práve na tento druh nábytku. U ratanového nábytku postrádame jednorozmerné a povinné požiadavky a do popredia vychádzajú iba atraktívne (tabuľka 4), a to: luxusný dizajn, servis, predĺžená záruka a rôzne druhy ošetrovania. Je možné túto skutočnosť odôvodniť s tým, že v prípade, ak sa zákazník rozhodne pre tento druh nábytku vyžaduje nadštandardné požiadavky, ako pri inom druhu nábytku - štandardnejšieho charakteru.

Tabuľka 4 Špecifické požiadavky kladené na ratanový nábytok

Požiadavka*	A	O	M	I	R	Q	Kategória
Cena	3	10	0	53	27	7	I
Údržba	0	0	3	70	27	0	I
Skladovanie	10	3	0	40	33	13	I
Impregnácia na prírodnej báze	33	7	0	40	10	10	I

Označenie certifikačnými schémami	3	23	23	30	13	7	I
Výroba z prírodného/umelého ratanu	10	0	3	27	53	7	R
Ošetrovanie dokonalejšou technikou	37	3	3	27	0	30	A
Luxus v podobe dizajn. vylepšenia	37	7	3	30	13	10	A
Servis - montáž	33	27	10	27	0	3	A
Predĺžená záruka	37	23	0	23	3	13	A
Anatomicky prispôsob. tvary na sedenie	13	10	0	43	13	20	I
Odolnosť voči poveter. podmienkam	43	7	0	20	10	20	A
Ochrana proti odpudzovaniu hmyzu	33	30	3	17	10	7	A

\*požiadavka - atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I).

Veľmi príbuzný k ratanovému nábytku je záhradný nábytok, keďže väčšina ľudí si spája ratanový nábytok práve s umiestnením na záhradu. Môžeme konštatovať, že aj ich správanie u týchto druhov nábytku je veľmi podobné. Aj u záhradného nábytku ich zaujíma hlavne ošetrovanie a atraktívne sú materiály ako aj servis v podobe montáže (tabuľka 5).

Tabuľka 5 Špecifické požiadavky kladené na záhradný nábytok

Požiadavka*	A	O	M	I	R	Q	Kategória
Ošetrovanie	23	40	0	30	7	0	O
Materiál	53	10	0	37	0	0	A
Montáž	40	13	0	17	0	30	A
Dizajn	10	0	0	67	17	7	I
Úložný priestor	7	10	0	77	7	0	I
Cena	23	20	7	47	0	3	I

\*požiadavka - atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I).

Zo záhradným nábytkom úzko súvisia aj záhradné malé stavby, konkrétne sme sa zamerali na altánky. Pri altánkoch nemajú špecifikované povinné ani atraktívne vlastnosti, ale jednorozmerné hodnotia kvalitu dreva, kde hlavne by uprednostnili listnaté pred ihličnatým drevom s ohľadom na cenu a dizajn (tabuľka 6).

Tabuľka 6 Špecifické požiadavky kladené na záhradné altánky

Požiadavka*	A	O	M	I	R	Q	Kategória
Rozmery	0	7	3	60	10	20	I
Listnaté drevo	3	43	7	33	7	7	O
Ihličnaté drevo	3	27	7	47	10	7	I
Kovový materiál	0	0	3	37	53	7	R
Kvalita dreva	7	57	3	17	10	7	O

Ochranné prostriedky	7	27	7	43	17	0	I
Cena	10	43	13	23	7	3	O
Farebné prevedenie	0	27	10	43	20	0	I
Dizajn	7	53	0	33	0	7	O

\*požiadavka - atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I).

U podláh (tabuľka 7) ako nevyhnutnú požiadavku považujú hlavne povrchovú odolnosť a cenu nad 21 €, čo možno spájajú s vyššou kvalitou. Avšak nižšia cena je pre nich atraktívna pri dodržaní štandardu kvality. V konečnom dôsledku môžeme teda konštatovať, že sú ochotní zaplatiť aj viac, ale kvalita musí spĺňať ich požiadavky. Uspokojí ich aj možnosť výberu z viacerých druhov dekorov - vzorov.

Tabuľka 7 Špecifické požiadavky kladené na podlahy

Požiadavka*	A	O	M	I	R	Q	Kategória
Povrchová odolnosť	8	35	42	10	1	4	M
Hrúbka	11	49	30	6	1	5	O
Cena	66	20	3	9	1	3	A
Kvalita	52	32	9	3	1	4	A
Dekor	10	49	35	3	0	3	O
<b>Cenové rozpätie za 1 m<sup>2</sup>:</b>							
0 - 10€	16	0	13	9	0	63	Q
11 - 15€	20	0	7	49	0	25	I
16 - 20€	50	39	1	10	0	0	A
21€ a viac	11	23	40	18	5	4	M

\*požiadavka - atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I).

U okien je možné vidieť podobné myslenie zákazníkov ako aj u podláh. Čo je veľmi dôležité je pre nich kvalita okien a odolnosť ako aj dlhá životnosť je pre nich veľmi atraktívna. Keďže z prieskumu vyplynulo, že cena okien nie je rozhodujúci činiteľ pre ich rozhodovanie, môžeme rovnako ako u podláh konštatovať, že sú ochotní zaplatiť aj viac, ale za kvalitu. Drevo ako materiál neuprednostňujú (vid'. tabuľka 8).

Požiadavka*	A	O	M	I	R	Q	Kategória
Typ skla	30	20	0	35	5	10	I
Cena	0	0	5	75	20	0	I
Dovoz a montáž	0	45	0	0	50	5	R
Dizajn	0	10	0	50	30	10	I
Odolnosť a dlhá životnosť	20	60	5	10	0	5	A
Drevo	0	40	5	10	45	0	R

Odvoz	35	5	0	5	0	55	Q
Kvalita	20	5	50	15	5	5	M
Farba	15	30	0	50	5	0	I
Pozáručný servis	30	0	5	15	0	50	Q

\*požiadavka - atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I).

Ako doposiaľ sa nám potvrdilo, že zákazníci kladú veľký dôraz na kvalitu, tak aj v prípade dverí, ako komodity druhostupňového spracovania dreva, tento fakt platí. Kvalita, servis a záruky sú požiadavky, na ktoré zákazník kladie veľký dôraz a musia byť splnené pre uspokojenie jeho potreby. Je síce pre neho atraktívne pokiaľ cena je v rozmedzí 50 až 149 €, ale kvalita musí byť dodržaná. Je pre neho rovnako atraktívne ak sú tieto dvere ešte vyrobené aj známym (značkovým) výrobcom, čo mu môže rovnako zaručiť určitý štandard kvality.

Tabuľka 9 Špecifické požiadavky kladené na dvere

Požiadavka*	A	O	M	I	R	Q	Kategória
Kvalita	30	10	60	0	0	0	M
<b>Cenové rozpätie:</b>							
50-99€	65	0	0	35	0	0	A
100-149€	45	0	0	20	0	35	A
150-199€	20	0	0	65	15	0	I
200-399€	10	10	0	75	5	0	I
400€ a viac	0	5	0	85	10	0	I
Značka	45	20	15	20	0	0	A
Dizajn	25	0	5	25	15	30	Q
Servis	30	0	40	15	0	15	M
Záruka	25	10	55	10	0	0	M

\*požiadavka - atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I).

Poslednou špecifickou kategóriou, u ktorej nás zaujímalo správanie sa zákazníkov sú detské drevené hračky (tabuľka 10). Tu je zákazník veľmi málo orientovaný na túto skupinu tovaru. Uprednostňuje zväčša hračky plastové, ktoré sú omnoho viac aj prezentované a teda drevené hračky ako klasiku posúvajú do úzadia. Rovnako sa k tomuto produktu aj správajú, ich nákup uprednostňujú v kamenných obchodoch. Záujem o drevené hračky majú aj to iba v prípade, že ich cena nepresiahne viac ako 15€, ale u plastových sú ochotný zaplatiť aj viac.

Tabuľka 10 Špecifické požiadavky kladené na drevené hračky

Požiadavka*	A	O	M	I	R	Q	Kategória
Uprednostňovanie dreva ako materiálu	10	25	0	60	5	0	I



Cena	5	10	10	75	0	0	I
Nákup v kamennom obchode	10	45	0	35	5	5	O
Nákup cez internet	10	0	5	30	0	55	Q
Váha hračky	5	0	10	35	0	50	Q
<b>Cenové rozpätie:</b>							
10 - 15€	25	45	0	20	0	10	O
16 - 20€	15	10	0	75	0	0	I
21 - 25€	0	5	0	75	20	0	I
25 € a viac	0	0	0	35	60	5	R

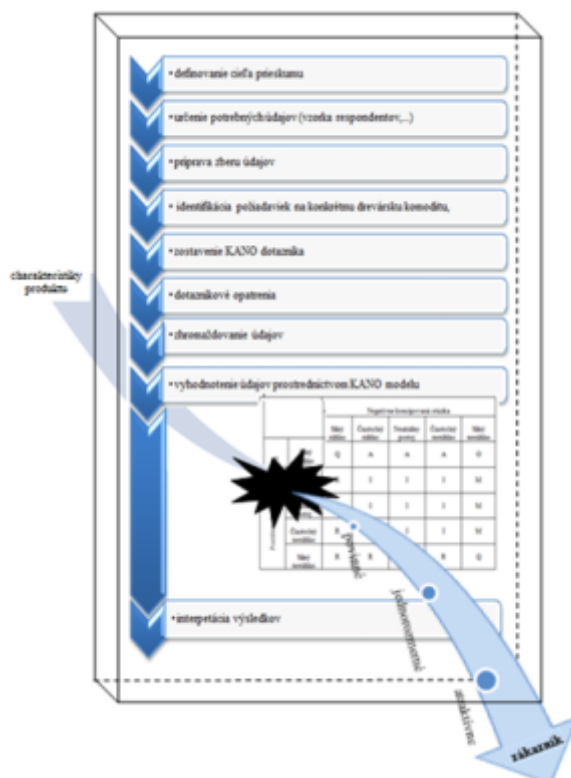
\*požiadavka - atraktívne (A), povinné (M), presne opačné (R), jednorozmerné (O), nejednoznačné (Q) alebo nemajú vplyv (I).

## Záver

Počas životného cyklu produktu musia firmy neustále pristupovať k zdokonaľovaniu, modifikácii či k inovácii produktu, tak aby ich prispôbovali podmienkam trhu. Ako jeden zo spôsobov identifikácií možných inovácií produktu, či už z hľadiska technického alebo služieb je práve KANO model vhodný nástroj pre identifikovanie vlastností produktu podľa požiadaviek zákazníka. Výsledky takto realizovaného prieskumu predstavujú podklady aj pre tvorbu novej marketingovej stratégie, ale aj k novej tvorbe inovácie produktu (na všetkých jeho hierarchických úrovniach) a marketingového mixu tak, aby čo najviac vyhovoval zákazníkovi.

Na vstupe sme získali charakteristiky, ktoré zaujímajú zákazníka, keď daný produkt ide kupovať. Po spracovaní týchto vstupov pomocou uvedenej metódy dostávame špecifické požiadavky na vybrané produkty z dreva, ktoré zákazník zvažuje a najviac ho ovplyvňujú pri kúpe (obrázok 2). Z realizovaného prieskumu môžeme konštatovať a je veľmi pozitívne, že zákazník ešte stále uprednostňuje drevo pred substitučními materiálmi. Aj keď u okien a hračiek toto neplatí. Tu už na trhu sa presadili substitúty z plastu, ktoré sú hlavne silno prezentované.

Veľký dôraz zákazník u nami vybraných drevárskych produktov druhostupňového spravovania dreva kladie hlavne na kvalitu, pričom je ochotný si za ňu aj priplatiť, aj keď zľavy alebo teda nižšie ceny sú pre neho atraktívne. Rovnako ako apeluje dnešný zákazník na kvalitu týchto produktov, tak si k tejto kvalite vyžaduje aj poskytovanie služieb spojených s produktom, ako napr. dovoz, montáž, odvoz starého produktu, ošetrovanie a pod. Predajcovia by teda mali zákazníkovi ponúkať kvalitný tovar s dostatočnými službami, ktoré nadefinujú podľa jeho potrieb i želaní, a nezabúdať v marketingovej stratégii sa zamerať hlavne na požiadavky, ktoré sú pre neho atraktívne.



Obrázok 3 Spôsob identifikácie špecifických požiadaviek zákazníka

## Literatúra

1. BOBOVNICKÝ, A. Model spokojnosti zákazníkov podľa N. Kano. In Progress Letter, 2009. ISSN 1338-3191.
2. DUCÁR S., NAŠČÁKOVÁ J., MALÁK M. Návrh systému merania spokojnosti zákazníkov Kano modelom. In : Transfer inovácií 9/2006. S. 137-139. ISBN 80-7093-6.
3. LOUČANOVÁ, E. Návrh metodiky pre identifikáciu špecifických vlastností produktov. In : Posterus 7/5, 2012. ISSN 1338-0087.
4. LOUČANOVÁ, E. Inovácie ako podmienka konkurencieschopnosti drevospracujúceho priemyslu na globálnom trhu. In Inovace: jediná účinná cesta k úspechu v globálnej ekonomice. Praha : Soukromá vysoká škola ekonomických studií, s.r.o., 2005. - ISBN 80-86744-26-4. - S. 102-105.

Autorkou článku je Erika Loučanová, Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva, Drevárskej fakulty Technickej univerzity vo Zvolene, 960 53 Zvolen, Slovenská republika