

Mendelova univerzita v Brně

Lesnická a dřevařská fakulta

Ústav lesnické a dřevařské ekonomiky a politiky

**Marketingová studie spokojenosti uživatelů
dřevostaveb v Jihočeském kraji**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: *Marketingová studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb v Jihočeském kraji* vypracoval samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách, ve znění pozdějších předpisů a v souladu s platnou Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací. Jsem si vědom, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne:

.....

Podpis

Poděkování

Rád bych poděkoval svému vedoucímu panu Ing. Josefu Lenochovi, Ph.D. za jeho vedení práce, odborné rady a čas, který mi věnoval. Děkuji také své rodině a přátelům za trpělivost a podporu při studiu.

Autor: Pavel Prokop

Název práce: Marketingová studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb v Jihočeském kraji

Abstrakt

Tato práce se zabývá průzkumem spokojenosti uživatelů dřevostaveb v Jihočeském kraji. Informace od uživatelů byly zjišťovány pomocí předem sestaveného dotazníku, který byl rozdělen na čtyři části. Oslovení majitelé odpovídali na otázky týkající se obecně jejich dřevostaveb, dále celkového zájmu o dřevostavby a neposlední řadě také jejich vlastních praktických zkušeností. Dotazování probíhalo u dřevostaveb zkolaudovaných v letech 1995–2015.

V první (teoretické) části proběhlo seznámení se dřevem jako s konstrukčním materiálem, dále seznámení s různými konstrukčními systémy dřevostaveb. Práce také obsahuje stručný popis informací o Jihočeském kraji. V druhé (praktické) části práce proběhlo vyhodnocení samotného průzkumu. Informace od uživatelů dřevostaveb jsou zpracovány do přehledných grafů a jsou opatřeny stručným komentářem.

Klíčová slova: dřevostavba, marketingová studie, průzkum, spokojenost, uživatel

Author: Pavel Prokop

The title of work: Marketing study of user satisfaction wooden building in South Bohemian Region

Abstract

The Bachelor Thesis deals with a research of satisfaction of the wooden building users in the South Bohemian Region. Information from the users was obtained by a previously defined questionnaire, which was split into four parts. The respondents – the owners – answered the questions related to their wooden houses, their interest in wooden houses and their own practical experiences as well. The research was performed for the houses approved for occupancy between 1995–2015.

In the first (theoretical) part, wood was introduced as a constructional material, hereafter various construction systems were introduced as well. Here are mentioned as well as brief description of the South Bohemian Region. In the second – practical part, an assessment of the research was done. The collected data from the wooden house users were compiled and are shown in the charts with short comments.

Keywords: exploration, marketing study, satisfaction, user, wood building

Obsah

1	Úvod	1
2	Cíl práce.....	2
3	Literární přehled	3
3.1	Dřevo jako konstrukční materiál	3
3.1.1	Výhody dřeva.....	3
3.1.2	Nevýhody dřeva.....	3
3.2	Dřevostavba.....	4
3.3	Konstrukční systémy dřevostaveb.....	4
3.3.1	Rámové stavby.....	4
3.3.2	Skeletové stavby	5
3.3.3	Srubové stavby.....	6
3.3.4	Hrázděné stavby.....	7
3.4	Publikované studie v oblasti užívání dřevostaveb	7
3.4.1	Studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb na území Kraje Vysočina	7
3.4.2	Studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb v Plzeňském kraji	8
3.4.3	Studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb v Moravskoslezském kraji.....	8
3.4.4	Studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb na území Jihomoravského kraje s výjimkou Brna a okresu Brno – venkov	9
3.4.5	Studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb na území Brna a okresu Brno – venkov	10
3.5	Marketing	11
3.5.1	Co je to marketing.....	11
3.5.2	Cíl marketingu	11
3.5.3	Marketingový výzkum.....	11
3.5.4	Dotazování jako metoda marketingového výzkumu	12
4	Materiál.....	13
4.1	Charakteristika Jihočeského kraje.....	13
4.2	Geografie.....	14
4.3	Obyvatelstvo	15
4.4	Vybraní dodavatelé dřevostaveb v Jihočeském kraji.....	16
5	Metodika.....	17
5.1	Struktura dotazníku	17
5.2	Sběr dat.....	18

5.3	Zpracování dat.....	18
6	Výsledky.....	19
6.1	Lidé	19
6.1.1	Věková kategorie v době kolaudace stavby.....	19
6.1.2	Majitelé	20
6.1.3	Vzdělání majitelů.....	20
6.1.4	Obor profese	21
6.1.5	Předchozí bydlení, v čem vyrostli.....	21
6.1.6	Pochází z (velikost obce)	22
6.2	Dřevostavba.....	23
6.2.1	Typ dřevostavby	23
6.2.2	Typ projektu.....	23
6.2.3	Dodavatel stavby.....	24
6.2.4	Počet pater.....	24
6.2.5	Počet místností.....	25
6.2.6	Rok kolaudace.....	25
6.2.7	Vybavení.....	26
6.2.8	Vytápění.....	27
6.3	Zájem.....	27
6.3.1	Odkud jste se dozvěděli o dřevostavbě, kde Vás to napadlo?	27
6.3.2	Proč jste se pro dřevostavbu rozhodli?	28
6.3.3	Co jste od dřevostavby očekávali?.....	29
6.4	Zkušenosti	30
6.4.1	Na základě zkušeností – výhody dřevostaveb	30
6.4.2	Na základě zkušeností – nevýhody dřevostaveb.....	31
6.4.3	V čem dřevostavba příjemně překvapila	31
6.4.4	V čem dřevostavba zklamala	32
6.4.5	Celkové hodnocení dřevostavby oproti zděné stavbě.....	33
6.4.6	Pořídili byste si s dnešními zkušenostmi zase dřevostavbu?	33
6.4.7	Názory uživatelů na dřevostavbu.....	34
6.4.8	Celkový názor na dřevostavbu.....	35
6.5	Sumarizace výsledků.....	36
7	Realizační výstup.....	38

8	Diskuze	40
9	Summary.....	42
10	Závěr	43
11	Seznam použitých zdrojů.....	44
11.1	Literární zdroje	44
11.2	Internetové zdroje	45
12	Přílohy.....	46

Seznam obrázků

Obr. 1: Poloha Jihočeského kraje vzhledem k České republice	13
Obr. 2: Jihočeský kraj a jeho okresy	14
Obr. 3: Geografie Jihočeského kraje.....	15
Obr. 4: Věková kategorie v době kolaudace stavby	19
Obr. 5: Majitelé.....	20
Obr. 6: Vzdělání majitelů.....	20
Obr. 7: Obor profese majitelů	21
Obr. 8: Předchozí bydlení majitelů	21
Obr. 9: Pochází z (velikost obce).....	22
Obr. 10: Typ dřevostavby	23
Obr. 11: Typ projektu	23
Obr. 12: Dodavatel stavby	24
Obr. 13: Počet pater	24
Obr. 14: Počet místností.....	25
Obr. 15: Rok kolaudace	25
Obr. 16: Vybavení.....	26
Obr. 17: Vytápění	27
Obr. 18: Odkud jste se dozvěděli o dřevostavbě, kde Vás to napadlo?	27
Obr. 19: Proč jste se pro dřevostavbu rozhodli?	28
Obr. 20: Co jste od dřevostavby očekávali?	29
Obr. 21: Na základě zkušeností – výhody dřevostaveb	30
Obr. 22: Na základě zkušeností – nevýhody dřevostaveb	31
Obr. 23: V čem dřevostavba příjemně překvapila	31
Obr. 24: V čem dřevostavba zklamala.....	32
Obr. 25: Celkové hodnocení dřevostavby oproti zděné stavbě	33
Obr. 26: Pořídili byste si s dnešními zkušenostmi zase dřevostavbu?.....	33
Obr. 27: Myslíte si, že dřevostavba stojí méně, stejně nebo více než zděná stavba?	34
Obr. 28: Myslíte si, že dřevostavba je méně, stejně nebo více kvalitní?	34
Obr. 29: Celkový názor na dřevostavbu	35

1 Úvod

Dřevo se řadí mezi nejstarší stavební materiály s dlouholetou tradicí a s velmi dobrými stavebními vlastnostmi. V současné době se bohužel pro výstavbu rodinných či bytových domů používají spíše jiné, neobnovitelné materiály s horšími vlastnostmi než má dřevo. Může to být způsobeno tím, že lidé cítí ke stavbám na bázi dřeva jistou nedůvěru, která pramení z obav o horší požární bezpečnost, kratší životnosti nebo nižší kvality provedení. V současné době se pro výstavbu staveb na bázi dřeva používají materiály, které svými požárně bezpečnostními vlastnostmi někdy i překonávají klasické stavební materiály. Díky nástupu moderních systémů výstavby a za dodržení správných technologických postupů se navíc prodlužuje i životnost dřevostaveb.

Kvalita výstavby dřevostaveb je však v současné době na vzestupu, a to díky jistým asociacím, které certifikují a kontrolují členské firmy asociace a zvyšují tím kvalitu jejich služeb a povědomí o stavbách na bázi dřeva. V současné době počet dřevostaveb na našem území roste, ale je třeba získávat další informace a zkušenosti od ostatních výrobců dřevostaveb ze zahraničí, kde má toto odvětví delší tradici, aby technologie a kvalita staveb byla na co nejvyšší úrovni.

Aby se dřevo vrátilo na věhlasnější postavení mezi stavebními materiály, je třeba zvýšit informovanost a povědomí o stavbách na bázi dřeva. Z tohoto důvodu byla také zpracována tato práce. Práce je rozdělena na dvě části. V první (teoretické) části se nachází informace o dřevu jako stavebním materiálu a konkrétní systémy provádění staveb. Dále jsou zde uvedeny základy marketingu a informace o zkoumaném území, kterým byl Jihočeský kraj.

Druhou (praktickou) částí je průzkum spokojenosti uživatelů dřevostaveb, který byl proveden pomocí sestaveného dotazníku. Výsledné informace byly po zpracování graficky interpretovány a doplněny komentářem autora práce.

Práce může přispět k rozšíření informací týkajících se staveb na bázi dřeva a může posloužit jako ukazatel spokojenosti uživatelů dřevostaveb pro firmy, které zajišťují výstavbu v daném regionu.

2 Cíl práce

Cílem práce je zpracovat marketingovou studii spokojenosti uživatelů staveb na bázi dřeva na území Jihočeského kraje.

Hlavním cílem práce je, prostřednictvím oslovení určitého počtu respondentů získat, a vyhodnotit informace týkající se spokojenosti či naopak nespokojenosti uživatelů staveb na bázi dřeva. Uživatelé dřevostaveb v Jihočeském kraji byli osloveni pomocí dotazníků, které byly distribuovány jak v elektronické, tak i v papírové podobě.

Práce je také zaměřena na podporu informací, které se týkají staveb na bázi dřeva obecně, přičemž dalším cílem snažení je poukázat na skutečnost, že dřevostavba je svými vlastnostmi schopna konkurovat ostatním stavbám na jiné materiálové bázi. Na druhé straně je ovšem důležité také poukázat na nedostatky, se kterými se uživatelé potýkají a dopomoci tak k následnému zdokonalení výstavby dřevostaveb samotných.

Práce by následně mohla posloužit jako ukazatel současné spokojenosti uživatelů pro firmy, které se zabývají výstavbou dřevostaveb v daném regionu.

3 Literární přehled

3.1 Dřevo jako konstrukční materiál

Dřevo se řadí mezi nejstarší stavební materiály používané již při prvních pokusech člověka o vytvoření přístřeší. V porovnání s jinými konstrukčními materiály je hodnoceno velmi pozitivně. Především proto, že je obnovitelnou surovinou a také pro jeho opětovné využití. Dále také při jeho znehodnocení vzniká minimální množství odpadu.

Díky svým vlastnostem je dřevo ve stavitelství používáno jako materiál pro konstrukce krovů a různých doplňkových stavebně truhlářských výrobků. Jeho použití v nosných konstrukcích staveb bylo u nás dlouhá léta opomíjeno, především v období prudkého rozvoje ostatních stavebních materiálů jako je beton nebo ocel. V některých evropských zemích má však dlouholetou tradici a výrobci dřevěných konstrukcí a staveb vyvíjejí stále dokonalejší výrobní technologie a stavební systémy (Havířová, 2006).

3.1.1 Výhody dřeva

Mezi největší výhody dřeva v porovnání s konkurenčními materiály patří:

- dřevo je obnovitelný zdroj, který roste téměř všude a je nevyčerpatelný
- je vysoce estetickým materiálem s velkou variabilitou barev a textury
- působí příjemně na dotek i na pohled
- ve srovnání se svojí hmotností vykazuje vysokou pevnost a pružnost
- má malou teplotní roztažnost
- je snadno opracovatelné s malou spotřebou energie
- je ekologicky odbouratelné a recyklovatelné a je zdrojem energie při přímém spalování

3.1.2 Nevýhody dřeva

Za největší nevýhody dřeva jsou považovány:

- dřevo je hygroskopický materiál, který má schopnost měnit svoji vlhkost podle vlhkosti okolního prostředí
- při změně obsahu kapalin ve dřevě nastávají rozměrové změny
- vlastnosti dřeva se liší ve 3 základních směrech
- je to hořlavý materiál a podléhá degradaci abiotických a biotických činitelů

Z uvedených výhod a nevýhod vyplývá využití, ke kterému je nutné znát fyzikální a mechanické vlastnosti dřeva. Znalosti vlastností dřeva jsou rozhodujícím předpokladem pro zpracování dřeva a také pro jeho použití na dřevěné prvky staveb a dřevostavby (Horáček, 2008).

3.2 Dřevostavba

Pod pojmem dřevostavba se rozumí stavební dílo, pro jehož nosnou konstrukci a i další doprovodné konstrukce je použito dřevo, spolu s materiály na jeho bázi, a která je pak podle účelu a konkrétní potřeby doplněna dalšími prvky a technologiemi (Růžička, 2005).

Moderní dřevostavby jsou ekonomické, dlouhotrvající a mohou být postaveny téměř na jakémkoliv místě. Pouze několik materiálů se může srovnávat se dřevěnými konstrukcemi ve výstavbě domů. Nicméně pro zajištění efektivní dřevostavby jsou důležité dobré konstrukční detaily, stejně jako výběr materiálu pro každý specifický účel (Anderson, 2002). Konstrukce domu musí být uvažována jako celek a vyžaduje detailní plánování. Na dřevostavbě jako celku se podílí různé profesní obory, které dotváří vzhled a funkčnost dřevostavby (Sherwood, Stroh, 1990).

3.3 Konstrukční systémy dřevostaveb

3.3.1 Rámové stavby

Nosná konstrukce rámových staveb je sestavena z tyčové nosné kostry, z řeziva a pláště stabilizujícího nosnou kostru. Tyčová nosná kostra přitom přenáší svislá zatížení ze střechy a mezipatrových stropů, zatímco pláště z desek na bázi dřeva přenášejí vodorovná zatížení, která vznikají účinkem větru a výztužných sil (Kolb, 2011).

Rámové dřevostavby využívají pro nosnou konstrukci dřevěné stojky či sloupky, nejvíce používaným rozměrem je průřez 60 x 120 mm, umístěné v rozestupu nejčastěji 625 mm, případně v zcela individuální vzdálenosti, spojených nahoře paždíkem a dole pražcem do pevného rámu. Ztužení těchto rámu vnější obložení velkoformátovými dřevovláknitými deskami. Vnitřní prostory mezi sloupky jsou vyplněny tepelně a akusticko izolačním materiálem. Na vnitřní straně je konstrukce opatřena parotěsnou izolací, na straně vnější obložení (Kottjé, 2008).

Vnější vzhled takto konstruovaných domů často neodpovídá typu dřevěných domů, na jaké jsme ve střední Evropě zvyklí. Nosná kostra je u rámových staveb uvnitř i zvenku zcela obložená. Obklady fasády sestávají často z desek na bázi dřeva nebo z rostlého dřeva. Jsou dobře a trvanlivě chráněny krycí a povrchovou úpravou (Kolb, 2011).

Charakteristické znaky rámových staveb:

- volnost architektonického řešení
- jednoduchý konstrukční systém
- opakující se detaily
- nosná kostra sestává ze štíhlých, standardizovaných průřezů
- celkové vyztužení opláštěním
- jednoduchá dostupnost materiálu
- poschodová výstavba
- spoje kontaktními styky a mechanickými spojovacími prostředky
- rastrový rozměr 400–700 mm, přednostně 625 mm
- konstrukce oboustranně obložená
- krátká doba výstavby, jsou možné různé stupně předvýroby (Kolb, 2011)

3.3.2 Skeletové stavby

Skeletové stavby jsou jedním z nejstarších druhů konstrukce. Jejich nosná konstrukce je tvořena z prutových prvků, která je v určité modulové síti a je vytvořena ve většině případů z lepeného dřeva. Tato konstrukce je doplněna plošnými konstrukčními prvky, které jsou nezávislé na nosné a uzavírají vnitřní prostor. Pomocí skeletové nosné konstrukce lze vytvořit stavby s minimálním počtem svislých nosných prvků v půdoryse. Také umožňuje navrhovat stavbu s velkým otevřeným prostorem bez nutnosti dělení nosnými konstrukcemi (Havířová, 2006).

Nejprve je zde vybudován nosný systém z podpěr a nosníků. Podpěry jsou rozestavěny v pravidelném rastru 3–6 metrů a dosahují výšky celé budovy. Mezi podpěrami jsou upevněny nosníky. Skelet je staticky relevantní a může být vyplněn stěnami a stropy a podle potřeby přestavěn. Skeletové konstrukce jsou principiálně nepatrně nákladnější než rámové. Nabízejí ovšem možnosti úspory individuální dostavbou a mají na základě své variability trvalou hodnotu (Kottjé, 2008).

. Charakteristické znaky skeletových staveb:

- velká kompoziční volnost
- variabilní řešení půdorysu
- nosný skelet a stěny ohraničující prostor zůstávají vzájemně nezávislé
- škála rozměrů podle rastru a modlu
- dřevěný skelet může být uvnitř nebo venku viditelný nebo oboustranně zakrytý
- spojování většinou ocelovými prostředky
- u stěnových, stropních a střešních prvků je velká možnost předvýroby (Kolb, 2011)

3.3.3 Srubové stavby

Nosná část stěny je tvořena z masivních dřevěných bloků, nejčastěji kulatého průřezu. Srubová stavba je nejstarší masivní stavbou. Původní srubové stavby měly stěny z loupáných kuláčů kladených vodorovně na sebe. Tím že se tyto stavby prováděly z rostlého dřeva, jehož povrch nebyl narušen opracováním nebo byl narušen jen minimálně, vyznačovaly se také podstatně delší životností. V nárožích byl obvykle ponechán koncový přesah dřeva a v jeho křížení se klády spojovaly přeplátováním.

Z důvodu vysokých požadavků na tepelnou ochranu budov již dnes nesplňuje samotná stěna takové stavby předepsanou hodnotu součinitele prostupu tepla, proto je stěna ještě doplňována vrstvou tepelně izolační, případně dalšími potřebnými vrstvami podle typu konstrukce (Havířová, 2006).

Charakteristické znaky srubových staveb:

- vysoká řemeslná dovednost
- speciální výběr dřeva
- umělecké rohové spoje
- pevné uspořádání půdorysu
- velká spotřeba dřeva
- sednutí stavby (Kolb, 2011)

3.3.4 Hrázděné stavby

Stěny hrázděných staveb sestávají z hranolové kostry, která je sama o sobě neposuvná, a vyrábějí se jako vnitřní a vnější stěny. Všechny staticky účinné síly jsou přenášeny pruty. Prostory dutin, které jsou staticky nevýznamné, byly dříve vyzdívané, ale dnes jsou vyplňované izolačním materiálem. Prováděné spoje dřeva mohou přenášet tlakové síly z prutu na prut, nikoli však tahové síly. Jako vzájemné spoje prutů mezi sebou se dříve používaly značně komplikované a také ozdobné spoje dřeva zajištěné dřevěnými kolíky. Dnes se přeplátují. Dále se také pro zajištění spojů proti posunutí dnes slouží hřebíky, ve výjimečných případech také vruty do dřeva nebo vkládané hmoždíky (Kolb, 2011).

Charakteristické znaky hrázděných staveb:

- nosná kostra může být oboustranně obložena, podle tradičního vzoru však zůstává viditelná
- patrová výstavba
- především čisté spoje dřeva s čepy, zapuštěním a plátováním
- nosné dřevěné prvky vykazují větší a spíše čtvercové průřezy
- jednoduchá montáž (Kolb, 2011)

3.4 Publikované studie v oblasti užívání dřevostaveb

3.4.1 Studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb na území Kraje Vysočina

Typickým uživatelem dřevostavby v Kraji Vysočina je partnerská dvojice ve věku 36–50 let, kde muž i žena mají středoškolské vzdělání s maturitou, oba podnikají. Předchozí bydlení je většinou panelový dům v obci do 20 tisíc obyvatel.

Nejčastějším vstupním zdrojem informací o dřevostavbě byla kombinace internet, časopis a známí (zkušenosti a reference), kde možnost internet a známí hraje podstatnější roli než časopis. Nejdůležitějšími faktory pro rozhodnutí o pořízení dřevostavby byly cena pořízení, rychlost výstavby, cena provozu a ekologické hledisko pořízení, v menším měřítku potom důraz na pořízení kvalitního a komfortního bydlení.

Kostečková (2013) uvádí, že jedno z nejpříjemnějších překvapení u dřevostavby byla hodnocena kvalita práce při výstavbě. Naopak ale obdržela i největší procento odpovědí jako nejvýznamnější nepříjemné překvapení.

Majitelé na území Vysočiny si myslí, že dřevostavba je cenově srovnatelná se stavbou zděnou. Poměrně velkým překvapením bylo to, že majitelé si z 68 % myslí, že dřevostavba je méně kvalitní než stavba zděná, ale všichni oslovení majitelé se nakonec shodli, že dřevostavba je kvalitní bydlení, ale musí být zvolena kvalitní technologie a poctivá výroba i stavba (Kostečková, 2013).

3.4.2 Studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb v Plzeňském kraji

Z výsledků v Plzeňském kraji vyplývá, že dřevostavby si pořizují nejčastěji ženy ve věku 26–35 let a muži ve věku 36–50 let. Spíše mimořádně se mezi uživateli objevuje mladá kategorie ve věku 18–25 let a je to nejspíše způsobené nedostatkem financí na pořízení vlastní stavby. Většina majitelů jsou manželé a mají dřevostavbu ve společném vlastnictví. Co se týče vzdělání, největší procento lidí v Plzeňském kraji má středoškolské vzdělání s maturitou. Nejčastěji uváděné předchozí bydlení u mužů i žen je zděný rodinný dům.

Uživatelé se nejčastěji o dřevostavbách dozvídají a informují u známých nebo od uživatelů, kteří již dřevostavbu vlastní. Důvodem pro pořízení dřevostavby je nejčastěji rychlost výstavby, kvalita a komfort bydlení a provozní náklady. Těmito vlastnostmi podle respondentů dřevostavby převyšují zděné stavby.

Na základě zkušeností uživatelů v Plzeňském kraji, jsou hlavními výhodami dřevostaveb nízké provozní náklady, rychlost výstavby, kvalita a komfort bydlení. Podle respondentů jsou největšími nevýhodami praskliny, nízká akumulace tepla a slabá zvuková izolace.

Majitelé v Plzeňském kraji si myslí, že dřevostavba je cenově srovnatelná se stavbou zděnou, také shledávají dřevostavbu stejně kvalitní jako stavbu zděnou a 97 % oslovených respondentů se shodlo na tom, že dřevostavba je kvalitní bydlení, ale musí být použita kvalitní technologie a poctivá výroba i stavba (Sedlák, 2014).

3.4.3 Studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb v Moravskoslezském kraji

Většinovými zákazníky v Moravskoslezském kraji, jsou převážně muži i ženy ve věku 26–35 lety, majitelé jsou především páry. Průměrné dosažené vzdělání většinového uživatele dřevostaveb je u mužů vysokoškolské, u žen je hranice mezi vzděláním středoškolským s maturitou a vysokoškolským opravdu tenká, avšak většina odpovědí se přiklání k středoškolské s maturitou. Předchozí bydlení majitelů byl klasický zděný rodinný dům. Většinový zákazník se o dřevostavbě dozvěděl od svých známých a

očekávání většinového zákazníka pořizujícího si dřevostavbu je levné, rychlé a kvalitní bydlení.

Rámová konstrukce s izolační výplní a výrobou na místě se stala většinovým systémem. Typickým projektem bylo individuální řešení. Dodavatelem stavby v Moravskoslezském kraji jsou převážně malé firmy. Většinovým způsobem vytápění se stal kotel na dřevo. Dispoziční řešení je uspořádáno do rozložení 4 + 1.

V Moravskoslezském kraji je 57 % majitelů přesvědčeno o tom, že dřevostavba je cenově srovnatelná se zděnou stavbou a 71 % majitelů si myslí, že dřevostavba je stejně kvalitní jako stavba zděná. Dále 11 % majitelů si myslím, že dřevostavba je oproti zděné stavbě vždy podřadnější (Šindler, 2014).

3.4.4 Studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb na území Jihomoravského kraje s výjimkou Brna a okresu Brno – venkov

Výzkumem na tomto území vyšlo najevo, že ženy si nejčastěji pořizují dřevostavby ve věku 26–35 let a pracují v nesoukromém sektoru. Nejvyšší dosažené vzdělání mají středoškolské s maturitou a pocházejí z města o počtu obyvatel 100 001–400 000. Jako jejich původní bydlení převládá zděný rodinný dům. U mužské populace dominovala věková kategorie 35–50 let, s nejvyšším dosaženým vzděláním středoškolským s maturitou, pracující také v nesoukromém sektoru. Dětství strávili také ve zděném rodinném domku a pocházeli buď z většího města či vesnice.

Majitelé dřevostaveb nejčastěji volí rámovou dřevostavbu s izolační výplní – výroba na místě. Většinou se jedná o individuální projekt stavby, který je realizován malou firmou.

Nejčastějším důvodem k výstavbě dřevostavby je převážně rychlost výstavby, cena užívání a pořizovací cena. Jako hlavní zdroj, kde nejvíce čerpají informace, je uveden internet.

Největší výhody spatřují majitelé v nízkých provozních nákladech, ceně pořízení nemovitosti, kvalitě a komfortu bydlení. Nevýhody vidí ve slabé zvukové izolaci, prasklinách a krátké životnosti dřevostavby. Pořizovací cena a nízké provozní náklady dřevostavby majitele příjemně překvapily, naopak zklamání jsou z krátké životnosti nemovitosti.

Majitelé jsou zde z 52 % procent přesvědčeni o tom, že dřevostavba stojí stejně jako stavba zděná a ze 74 % věří tomu, že zděná stavba a dřevostavba jsou stejně kvalitní.

Dále 97 % majitelů si myslí, že dřevostavba je kvalitní bydlení, ale musí být zvolena kvalitní technologie a poctivá výroba i stavba (Šrámková, 2013).

3.4.5 Studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb na území Brna a okresu Brno – venkov

Většinou majitelé, kteří si pořizují dřevostavbu, jsou páry ve věkovém rozmezí 26–35 let s ukončeným středoškolským vzděláním s maturitou, jejichž předcházející bydlení bylo v panelovém bytě nebo ve zděném rodinném domě, pochází z menší obce do 20 000 obyvatel.

Zákazníci si nejčastěji vybrali dvoupatrovou rámovou konstrukci s izolační výplní, vyrobenou na místě, která měla 5 + 1 místností. O realizaci se postarala velká firma s více jak 25 zaměstnanci. Jako druh vytápění si zvolili nejčastěji elektrokotel a přistavěli přístřešek na auto. Zajímavým zjištěním je, že 21 % zákazníků si dřevostavbu postavilo svépomocí.

K rozhodování jim nejvíce pomohli informace umístěné na internetu a reference známých. Nejvíce zákazníků od dřevostavby očekávalo rychlé, levné a kvalitní bydlení nebo zkusit něco netradičního a být „IN“. Výhody dřevostaveb shledávali uživatelé v ceně dřevostavby a nízkých provozních nákladech. Zákazníci jako nevýhodu označili krátkou životnost, výskyt plísně a zápach. Také mírným zklamáním byla nízká akumulace tepla, slabá zvuková izolace a výskyt hmyzu.

V této studii je 47 % majitelů přesvědčeno o tom, že dřevostavba je stejně kvalitní jako stavba zděná a 50 % majitelů si myslí, že oba typy staveb jsou cenově srovnatelné.

Dále si také 16 % respondentů myslí, že dřevostavba je vždy kvalitní bydlení. Zbýlých 84 % je přesvědčeno o tom, že dřevostavba je kvalitní bydlení, ale musí být zvolena kvalitní technologie a poctivá výroba i stavba (Václavek, 2013).

3.5 Marketing

3.5.1 Co je to marketing

Marketing se zabývá zjišťováním a naplňováním lidských a společenských potřeb. Marketing je funkcí organizace a souborem procesů k vytváření, sdělování a poskytování hodnoty zákazníkům a k rozvíjení vztahů se zákazníky takovým způsobem, aby z nich měla prospěch firma a držitelé jejích akcií.

Dále můžeme rozlišit společenskou a manažerskou definici marketingu. Společenská definice ukazuje, jakou roli hraje marketing ve společnosti. Je to společenský proces, v němž jedinci a skupiny získávají to, co potřebují a chtějí, a během něhož vytváříme, nabízíme a svobodně směnujeme s jinými výrobky a službami, které mají hodnotu. Často se popisuje manažerská definice marketingu, jako umění prodeje výrobků (Kotler, Keller, 2006).

Marketing také znamená řízení trhů. Při řízení trhu musí docházet ke směně a vztahům, s cílem vytvořit hodnotu a uspokojit potřeby a touhy. Směnný proces vyžaduje práci. Prodávající musí vyhledat kupujícího, identifikovat potřeby, vytvořit kvalitní výrobky a služby a propagovat je (Kotler a kol., 2007).

3.5.2 Cíl marketingu

Peter Drucker, přední teoretik managementu vystihuje cíl marketingu takto: lze předpokládat, že vždy bude existovat potřeba něco prodávat. Cílem marketingu je však učinit prodávání čímsi nadbytečným. Cílem marketingu je poznat a pochopit zákazníka natolik dobře, aby mu výrobek nebo služba padla jako šitá na míru a prodávala se sama. V ideálním případě by měl marketing vyústit v získání zákazníka ochotného kupovat. Vše čeho je pak zapotřebí, je učinit výrobek nebo službu dostupnými (Kotler, Keller, 2006).

3.5.3 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum se definuje jako funkce, která spojuje spotřebitele, zákazníka a veřejnost s marketingovým pracovníkem prostřednictvím informací, informací užívaných k zjišťování a definování marketingových příležitostí a problémů, ke tvorbě, zdokonalování a hodnocení marketingových akcí, monitorování marketingového úsilí a ke zlepšení a pochopení marketingu jako procesu. Marketingový výzkum specifikuje požadované informace podle vhodnosti k řešení těchto problémů, vytváří metody pro

sběr informací, řídí a uskutečňuje proces sběru dat a analyzuje výsledky (Stávková, Dufek, 2004).

3.5.4 Dotazování jako metoda marketingového výzkumu

Dotazování umožňuje zobrazení rozdílů v mínění respondentů. Dotazování znamená verbální kontakt s respondentem prostřednictvím záznamového média. Dotazník je možno začít formulovat, jestliže je znám účel a cíle výzkumu. Převod cílů výzkumu do požadavků na informace se uskutečňuje na bázi vypracování seznamu informací, které je třeba zjistit, aby bylo stanoveného cíle dosaženo.

Dále je třeba zvolit vhodný typ dotazování:

- **Dotazník zaslaný poštou** – dobrý způsob, jak kontaktovat osoby, které nejsou ochotny poskytnout osobní rozhovor nebo nejsou v dosahu tazatele. Je nutná pečlivá příprava a návratnost odpovědi je poměrně malá.
- **Dotazování telefonem** – nejrychlejší metoda a dotazovatel může objasnit nesprávně pochopené dotazy. Využívá se ve spojení s počítačem a míra reakce je vyšší než v případě dotazníků zasílaných poštou.
- **Osobní dotazování** – je to nejvšestrannější metoda a umožňuje položit mnohem více otázek i dodatečná pozorování respondenta. Tento způsob je nejnákladnější a vyžaduje dobrou organizační přípravu (Stávková, Dufek, 2004).

4 Materiál

4.1 Charakteristika Jihočeského kraje

Jihočeský kraj, jak název napovídá, se nachází v jižní části Čech. Co do velikosti je druhým největším krajem v České republice. Podstatnou část hranice kraje tvoří státní hranice s Rakouskem a Německem (celková délka 334 km), dále sousedí s kraji Plzeňským, Středočeským, Jihomoravským a s krajem Vysočina. Jihočeský kraj je dlouhodobě vnímán především jako zemědělská oblast s rozvinutým rybníkářstvím s lesnictvím.

Rozlohou 10 057 km² představuje kraj 12,8 % plochy z celé České republiky. Z rozlohy kraje zaujímají více než 35 % lesy a 4 % pokrývají vodní plochy. Převážná část území leží v nadmořské výšce 400–600 m, s čímž souvisejí poněkud drsnější klimatické podmínky. Nejvyšším bodem kraje je vrchol Plechý (1 378 m), naopak nejnižším místem je hladina Orlické přehrady (330 m) [1].



Obr. 1: Poloha Jihočeského kraje vzhledem k České republice

Jihočeský kraj je tvořen sedmi okresy. Jsou to okresy České Budějovice, Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Písek, Prachatice, Strakonice, Tábor. Největším okresem jsou České Budějovice, nejmenším potom Strakonice [2].

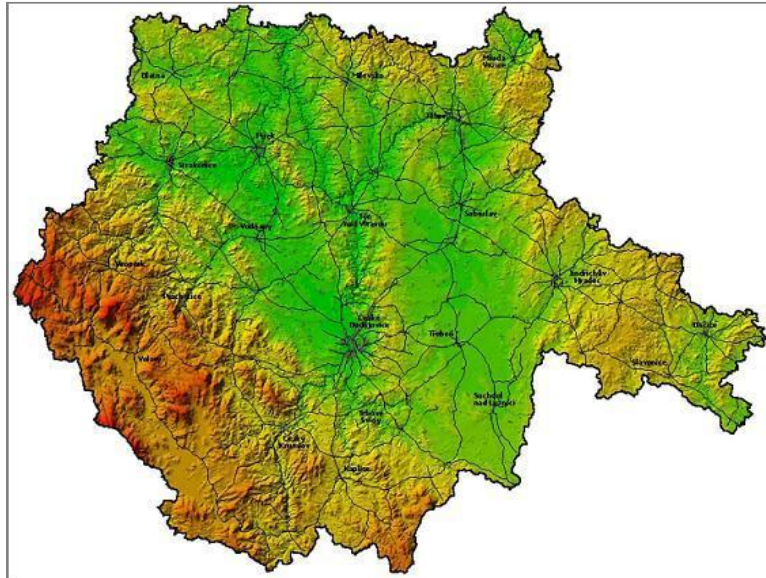


Obr. 2: Jihočeský kraj a jeho okresy

4.2 Geografie

Kraj představuje geograficky poměrně uzavřený celek, jehož jádro tvoří jihočeská kotlina. Na jihozápadě je obklopena Šumavou, na severozápadě výběžky Brd, na severu Středočeskou žulovou vrchovinou, na východě se nachází Českomoravská vrchovina a na jihovýchodě Novohradské hory. V jihočeské kotlině se rozkládají dvě pánve, a to Českobudějovická a Třeboňská.

Území kraje náleží do povodí horní a střední Vltavy s přítoky Malší, Lužnicí, Otavou a mnohými dalšími. V minulosti zde bylo vybudováno přes 7 000 rybníků. Největšími nejen v kraji, ale i v České republice jsou rybníky Rožmberk s rozlohou 490 ha, Bezdrev se 450 ha a Horusický rybník se 415 ha. Dále byla na území Jihočeského kraje vybudována velká vodní díla např. vodní nádrž Lipno (4 870 ha), což je největší vodní plocha v České republice. Dále Orlík s rozsáhlými rekreačními oblastmi a Římov zásobující pitnou vodou značnou část kraje. V souvislosti s výstavbou jaderné elektrárny Temelín byla vybudována vodní nádrž Hněvkovice [3].



Obr. 3: Geografie Jihočeského kraje

4.3 Obyvatelstvo

Jihočeský kraj je krajem s nejmenší hustotou zalidnění z celé České republiky. Počet obyvatel v kraji je 636 707. Hustota zalidnění je tedy 63 obyvatel na 1 km². Z jeho sedmi okresů má největší hustotu obyvatelstva okres České Budějovice, kde žije téměř 30 % obyvatelstva kraje. To je dáno především soustředěním do samotného města České Budějovice, v němž bydlí téměř 100 000 osob. Dalšími velkými městy jsou Tábor, Písek, Strakonice a Jindřichův Hradec.

Průměrný věk obyvatel v kraji je 41,6 let, což odpovídá průměrnému věku v České republice. Od demografické struktury kraje se výrazněji odlišuje pohraniční okres Český Krumlov s pestřejším národnostním složením. Je zde mladší věková struktura, vyšší porodnost a nejnižší úmrtnost. Trvalý nárůst počtu obyvatel zaznamenávaly v posledních letech okresy České Budějovice a Písek, s výjimkou roku 2012 a 2013 i okres Tábor. V ostatních okresech počty obyvatel spíše stagnovaly [4].

4.4 Vybraní dodavatelé dřevostaveb v Jihočeském kraji

- NEMA, Olešnice (okres České Budějovice)
- Quickhaus, Horní Pěna (okres Jindřichův Hradec)
- ELK, Planá nad Lužnicí (okres Tábor)
- Alfahaus, Chýnov (okres Tábor)
- Ecomodula, Písek (okres Písek)
- Strade CZ, Prachatice (okres Prachatice)
- IRLA, České Budějovice (okres České Budějovice)
- STAVOPRIV, Frymburk (okres Český Krumlov)
- RD Rýmařov – Jižní Čechy, České Budějovice (okres České Budějovice)

5 Metodika

Pro získání dat k bakalářské práci je určen dotazník (příloha č. 1), který mi byl poskytnut od mého vedoucího práce. Dotazník sestavili studenti, kteří se věnovali obdobné práci, s tím rozdílem, že prováděli průzkum v jiném kraji. Dotazník byl schválen vedoucím práce a obsahuje dvacet pět otázek, které byly rozděleny do čtyř částí.

5.1 Struktura dotazníku

První část, která byla nazvána *Lidé*, obsahuje šest otázek a byly zde zjišťovány informace týkající se majitelů dřevostaveb. Otázky jsou v případě dvojice rozděleny zvlášť na muže a ženu. Byly zde zjišťovány informace o věkové kategorii v době kolaudace stavby, o pohlaví majitelů, dále také zda jsou majitelé jednotlivci či ve dvojici, vzdělání, obor profese, předchozí bydlení majitelů a velikost sídla, ze které majitel nebo majitelé pochází.

V druhé části, která byla nazvána *Dřevostavba*, se dozvídáme informace týkající se samotné stavby. Tato část obsahuje osm otázek. Zjišťovaly se zde informace o typu dřevostavby, o typu projektu a dodavateli stavby. Dále také počet pater dřevostavby, počet místností, rok kolaudace, vybavení a vytápění dřevostavby.

Třetí část, nazvaná *Zájem*, obsahuje tři otázky. V této části bylo zjišťováno, proč se majitelé pro dřevostavbu rozhodli, co od dřevostavby očekávali a odkud se o dřevostavbě dozvěděli.

Na otázky ve čtvrté části, s názvem *Zkušenosti*, odpovídali majitelé především na základě zkušeností s užíváním stavby. Tato část obsahuje osm otázek. Na otázky výhody dřevostaveb na základě vlastních zkušeností, nevýhody dřevostaveb na základě vlastních zkušeností, v čem dřevostavba příjemně překvapila a v čem zklamala, se odpovídá pomocí číselné stupnice od 1 do 5. Číslo 1 značí – bez vlivu, 2 – slabý vliv, 3 střední vliv, 4 – silně a číslo 5 – značí nejsilnější vliv. Dále celkové hodnocení oproti zděné stavbě a otázka, zda by si majitelé pořídili dřevostavbu s dnešními zkušenostmi. A také otázka, jestli si majitelé myslí, že dřevostavba stojí méně, stejně nebo více než stavba zděná a zda je dřevostavba oproti zděné stavbě kvalitnější.

5.2 Sběr dat

Získání dat pro marketingovou studii bylo pro mě poměrně velmi časově náročné, jelikož moje bydliště se nachází v kraji Vysočina. Bohužel studie v kraji Vysočina již byla obsazena. Byl tedy vybrán kraj Jihočeský, jelikož je nejméně vzdálen od mého trvalého bydliště.

V první fázi bylo důležité zjistit, kde se dřevostavby v Jihočeském kraji nachází. Kontaktoval jsem firmy zabývající se stavbami na bázi dřeva, které sídlí v Jihočeském kraji. Také jsem kontaktoval firmy, které jsou sice mimo Jihočeský kraj, ale patří do asociace dodavatelů montovaných domů. Tento postup byl bohužel mylný. Firmy nebyly ochotny poskytnout informace o svých zákaznících, jelikož nemají souhlas s poskytováním osobních údajů.

Informace o majitelích dřevostaveb nebyly bohužel získány, ale některé firmy se mi samy nabídly, že dotazník rozešlou svým klientům elektronicky pomocí emailové adresy. Pro tuto příležitost byl vytvořen na internetové doméně Mojeanketa.cz internetový dotazník, na který mohli majitelé odpovídat pomocí počítače. Internetový dotazník byl dále umístěn na diskuzní fóra, které se týkají dřevostaveb. Pomocí internetového dotazníku se mi podařilo získat informace od sedmi majitelů dřevostaveb v Jihočeském kraji.

Dále bylo nutné vydat se do Jihočeského kraje pro získání dalších dat od majitelů formou osobního pohovoru. Na internetových stránkách různých firem jsem našel alespoň okresy nebo obce, ve kterých se dřevostavby nachází. Oblasti jsem navštívil a pomocí kolem jdoucích lidí se mi podařilo některé dřevostavby nalézt. Dále jsem se vydal na předměstí velkých měst, jako jsou České Budějovice, Tábor, Jindřichův Hradec, Písek a další. Okolo těchto měst jsem projížděl a dotazoval se na dřevostavby. V těchto oblastech jsem nasbíral nejvíce dat. Po dlouhém hledání se mi nakonec podařilo oslovit 28 majitelů, kteří byli ochotni poskytnout mi informace o své dřevostavbě. Celkově se mi tedy podařilo sesbírat informace od 35 majitelů dřevostaveb v Jihočeském kraji.

5.3 Zpracování dat

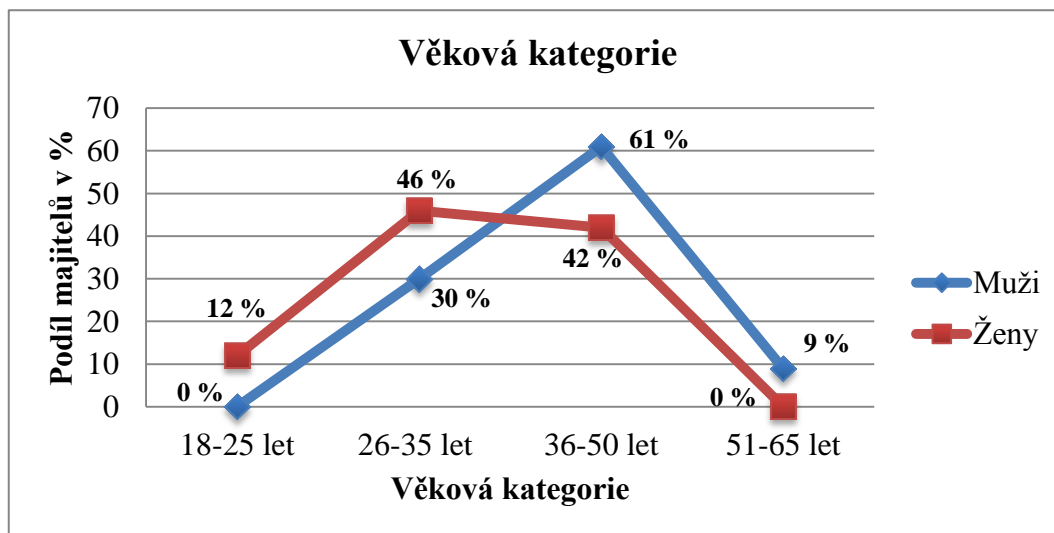
Zpracování získaných dat proběhlo pomocí softwaru MS Excel. Data byla vložena do tabulky, ze které byly dále vytvořeny grafy. Grafy jsou většinou výsečového typu, na kterých jsou přehledně patrné procentuální zastoupení jednotlivých odpovědí.

6 Výsledky

V této části jsou zpracované výsledky od majitelů dřevostaveb. Výsledky byly přepsány do tabulky v softwaru MS Excel a dále zpracovány do přehledných grafů. Grafy jsou dále opatřeny stručným komentářem.

6.1 Lidé

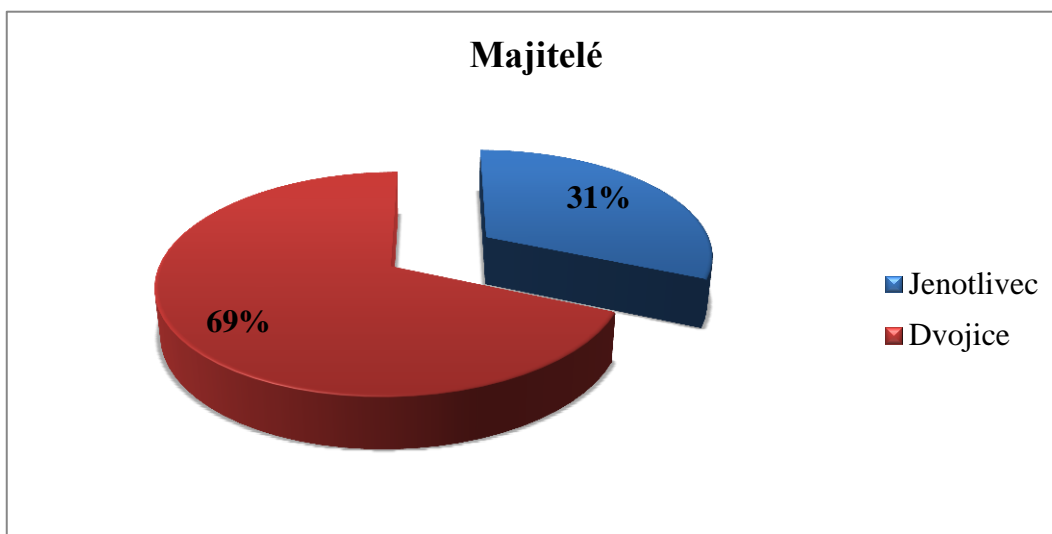
6.1.1 Věková kategorie v době kolaudace stavby



Obr. 4: Věková kategorie v době kolaudace stavby

Z výše uvedeného grafu je patrné, že největší zastoupení mají muži ve věku 36–50 let, a to 61 %. Největší zastoupení u žen má věková kategorie 26–35 let, a to 46 %. Druhé největší zastoupení u mužů má věková kategorie 26–35 let, u žen poté věková kategorie 36–50 let. Ani v jednom případě nebyla u mužů ani žen zastoupena věková kategorie 66+.

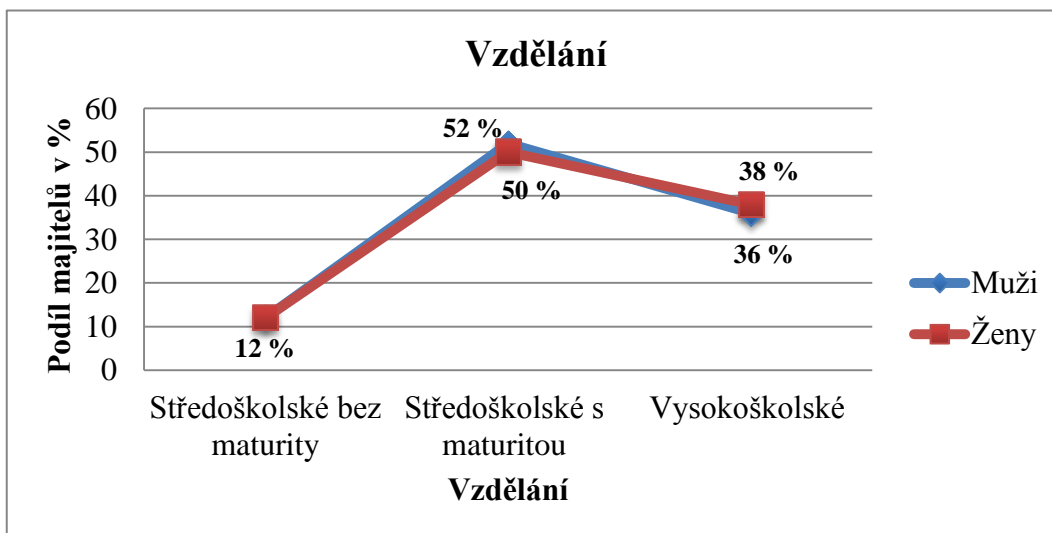
6.1.2 Majitelé



Obr. 5: Majitelé

Z grafu vidíme, že velice výrazně převládá podíl dvojice jako majitele stavby. Jednotlivec je zastoupen 31 %. Z těchto 31 %, což je 11 majitelů z celkového počtu, je 9 majitelů mužského pohlaví. Zbylí 2 majitelé jsou pohlaví ženského.

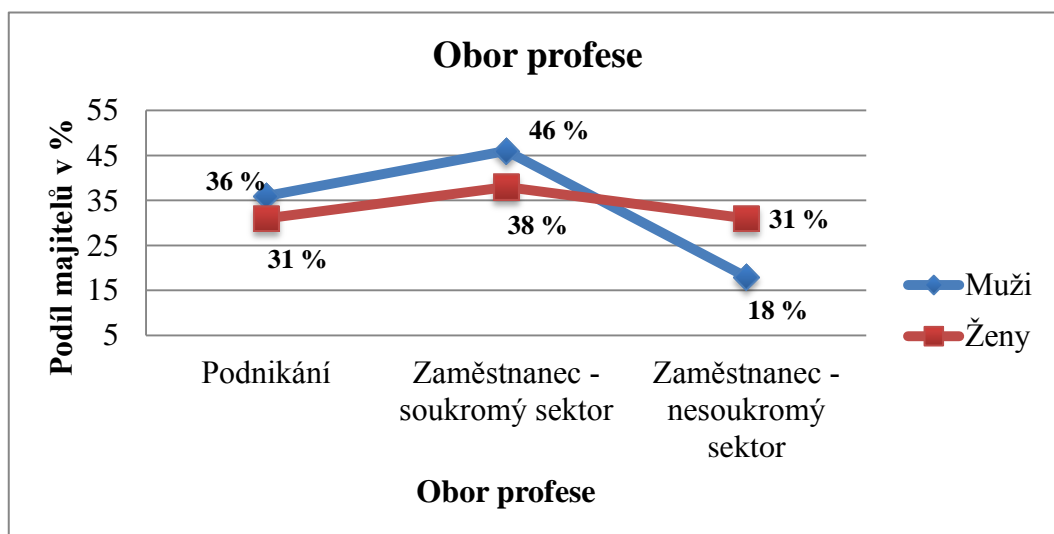
6.1.3 Vzdělání majitelů



Obr. 6: Vzdělání majitelů

Vzdělání v mužské a ženské kategorii je velice podobné. V obou kategoriích převládá středoškolské vzdělání s maturitou. Dále zastoupení vysokoškolsky vzdělaných lidí, u žen je to 38 % a u mužů potom 36 %. Kategorie středoškolského vzdělání bez maturity je zastoupena u obou kategorií shodně 12 %. Kategorie základního vzdělání zde není zastoupena.

6.1.4 Obor profese

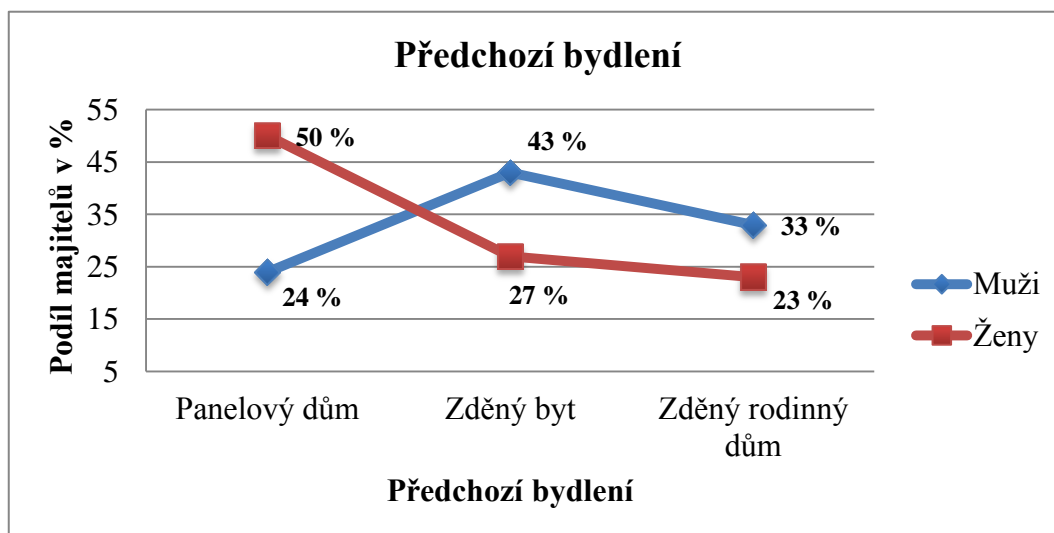


Obr. 7: Obor profese majitelů

Z grafů vyplývá, že převládá jak v mužské, tak ženské kategorii soukromý sektor. U mužů je to 46 %, u žen potom 38 %. V mužské kategorii je na druhém místě podnikání s 36 % a na třetím místě práce v nesoukromém sektoru s 18 %. U žen je na druhém místě shodně práce v nesoukromém sektoru a podnikání s 31 %.

Obory v podnikatelské činnosti jsou velmi rozmanité. V mužské kategorii převládá mírně stavebnictví. U žen převládají většinou služby.

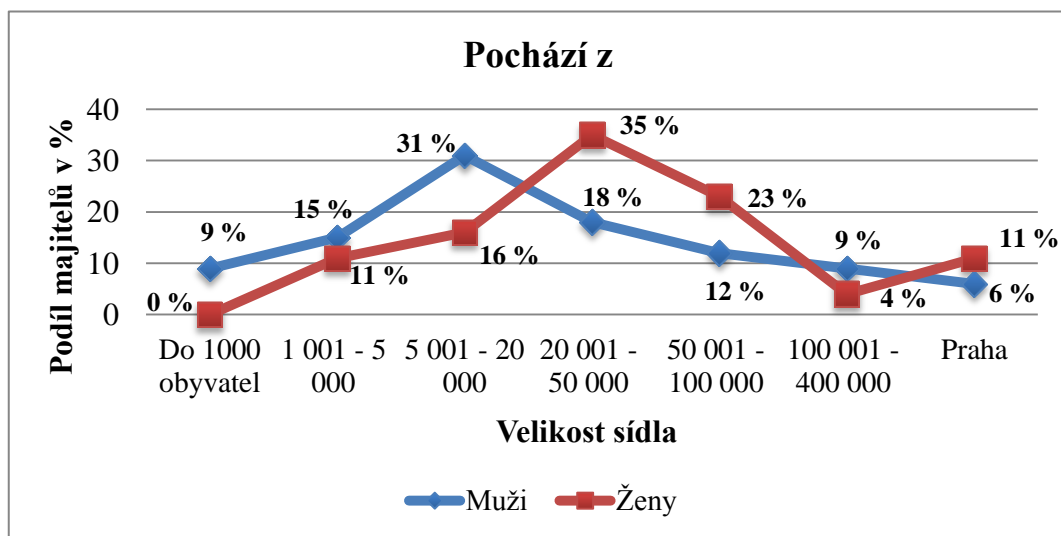
6.1.5 Předchozí bydlení, v čem vyrůstli



Obr. 8: Předchozí bydlení majitelů

Z grafu je patrné, že předchozí bydlení se v ženské a mužské kategorii liší. U mužů je předchozí bydlení nejvíce zastoupeno zděným bytem, u žen je předchozí bydlení nejvíce zastoupeno panelovým domem. V mužské kategorii je dále na druhém místě zastoupen zděný rodinný dům a na třetím panelový dům. V ženské kategorii je na druhém místě zděný byt a na třetím potom zděný rodinný dům. Bohužel žádný z majitelů neuvedl jako předchozí bydlení dřevostavbu.

6.1.6 Pochází z (velikost obce)

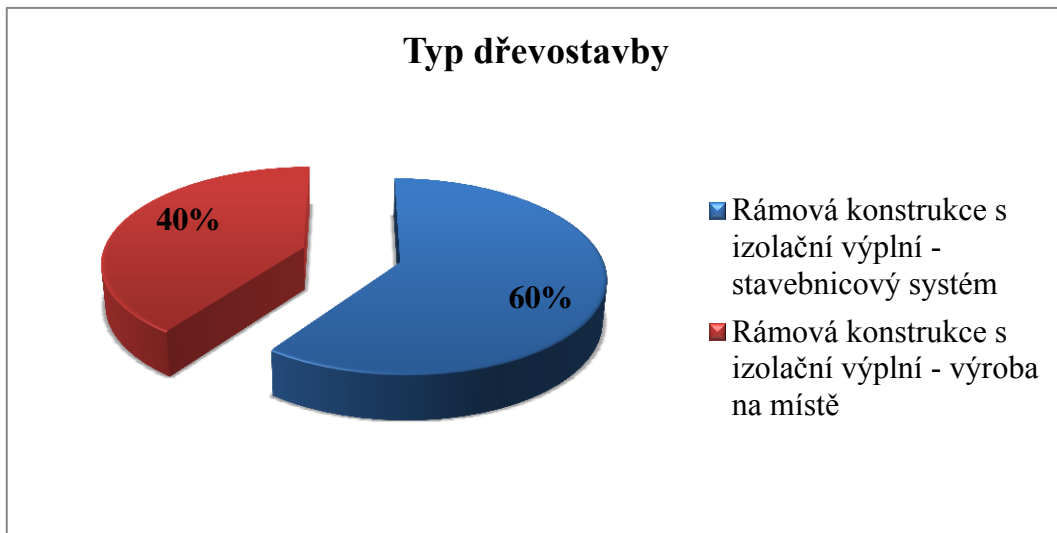


Obr. 9: Pochází z (velikost obce)

Poslední otázka z první části dotazníku je velikost obce. V mužské kategorii je nejvíce zastoupena velikost obce od 5 001–20 000 obyvatel. V ženské kategorii je nejvíce zastoupena velikost obce od 20 001–50 000 obyvatel. Nejmenší zastoupení u mužů má Praha, u žen potom velikost obce od 100 001–400 000 obyvatel.

6.2 Dřevostavba

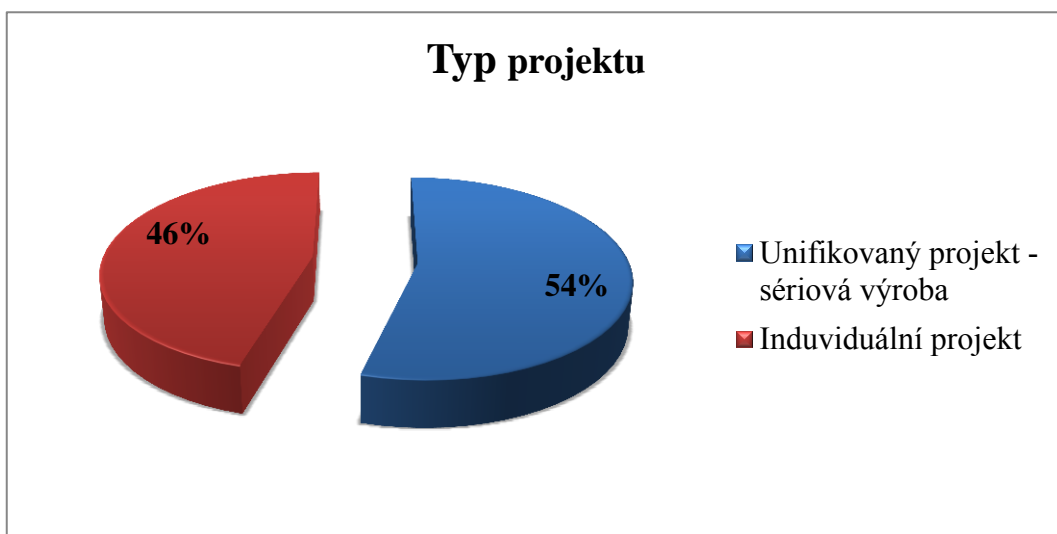
6.2.1 Typ dřevostavby



Obr. 10: Typ dřevostavby

Z grafu je patrné, že u typu stavby převládá rámová konstrukce s izolační výplní – stavebnicový systém. Tento typ zvolilo 60 % majitelů. Na druhém místě je rámová konstrukce s izolační výplní – výroba na místě, tu zvolilo 40 % majitelů. Majitelé srubů ani roubenek se mi bohužel nepodařilo oslovit, i když jsou patrné na první pohled. Data jsem získával především u velkých měst, kde sruby ani roubenky nejsou tak časté.

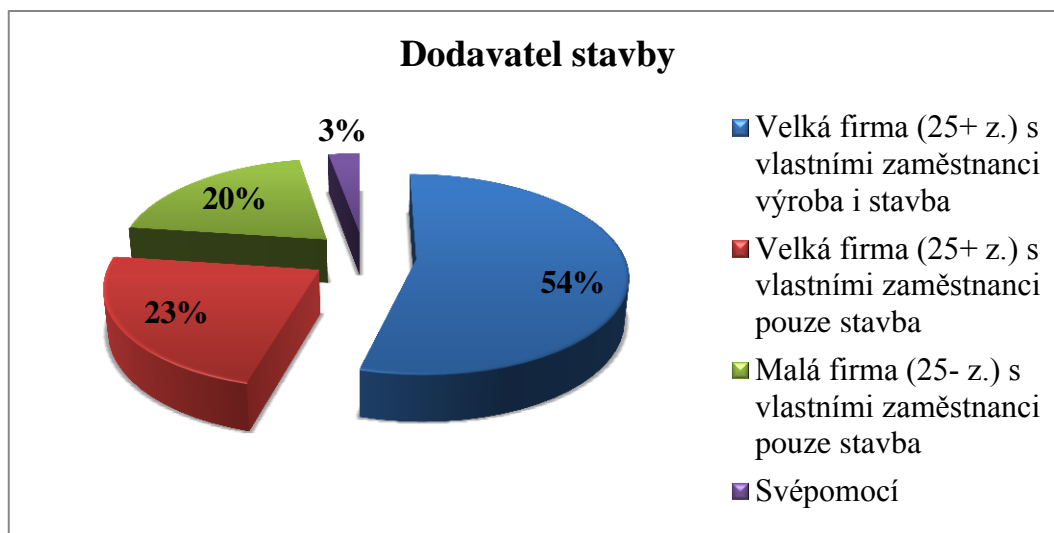
6.2.2 Typ projektu



Obr. 11: Typ projektu

Typ projektu je poměrně vyrovnaný. Sériová výroba je zastoupena 54 % majitelů. Individuální projekt potom 46 % majitelů. Sériová výroba zvítězila patrně proto, že stavba je méně finančně i časově náročná. Všechny projektové dokumenty jsou již připraveny.

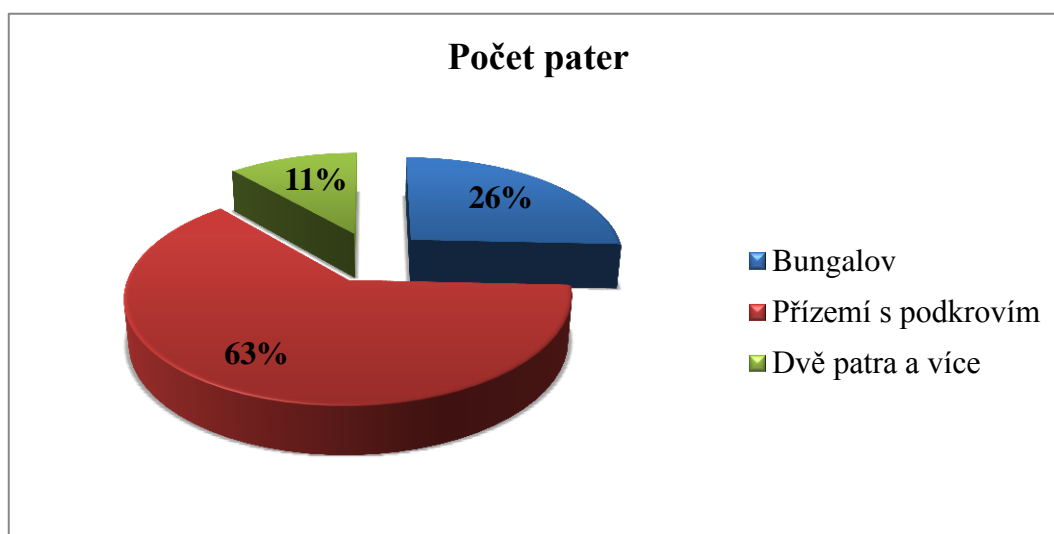
6.2.3 Dodavatel stavby



Obr. 12: Dodavatel stavby

Největší zastoupení mezi dodavateli stavby měly firmy s 25 a více zaměstnanci. Větší firmy sebou patrně přinášejí větší důvěru v kvalitní práci a také v rychlosti výstavby. Mále firmy jsou zastoupeny 20 %. Pouze jediný majitel si zhotovil dřevostavbu svépomocí.

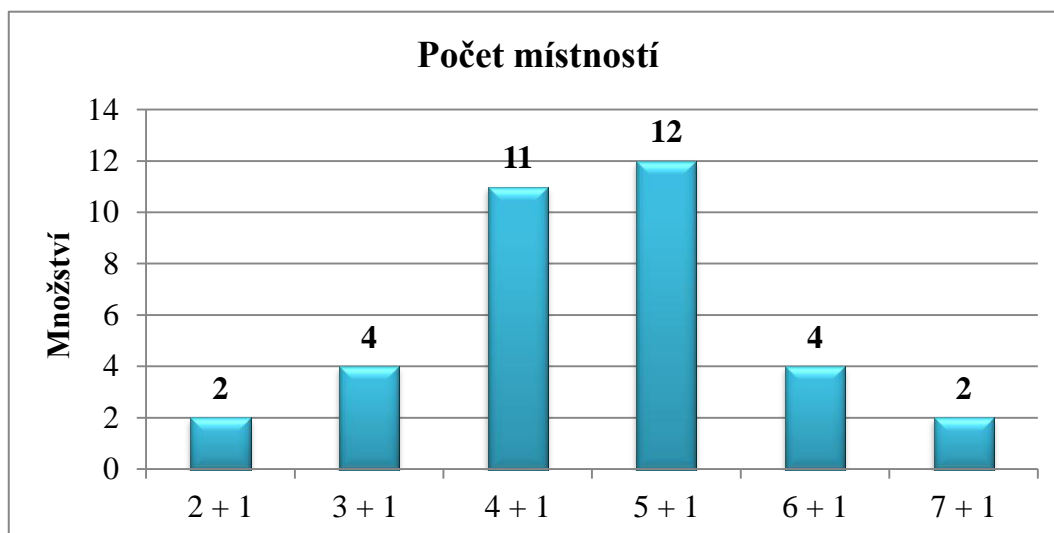
6.2.4 Počet pater



Obr. 13: Počet pater

Z grafu vyplívá, že 64 % dřevostaveb je přízemí s podkrovím. Dále 26 % staveb jsou bungalovy a nejmenší zastoupení mají stavby s dvěma a více patry. Bungalov je méně náročný na energie, ale potřebuje více zastavěné plochy. Patrně z tohoto důvodu volila většina majitelů přízemí s podkrovím. Stavby se dvěma patry jsou nejnáročnější na energie i údržbu, proto jsou zastoupeny pouze 11 %.

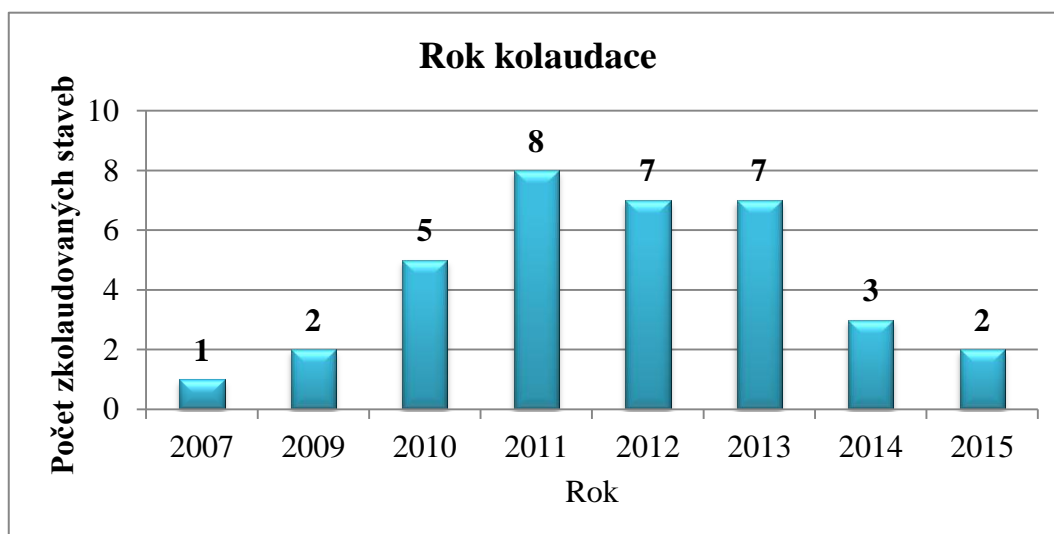
6.2.5 Počet místností



Obr. 14: Počet místností

Pro lepší názornost byl zvolen sloupcový typ grafu. Nejčastějším počtem místností je 5 + 1 a to ve 12 případech. Na druhém místě s 11 případy je počet místností 4 + 1. Na dalším místě jsou shodně zastoupeny počty 3 + 1 a 6 + 1 se čtyřmi případy.

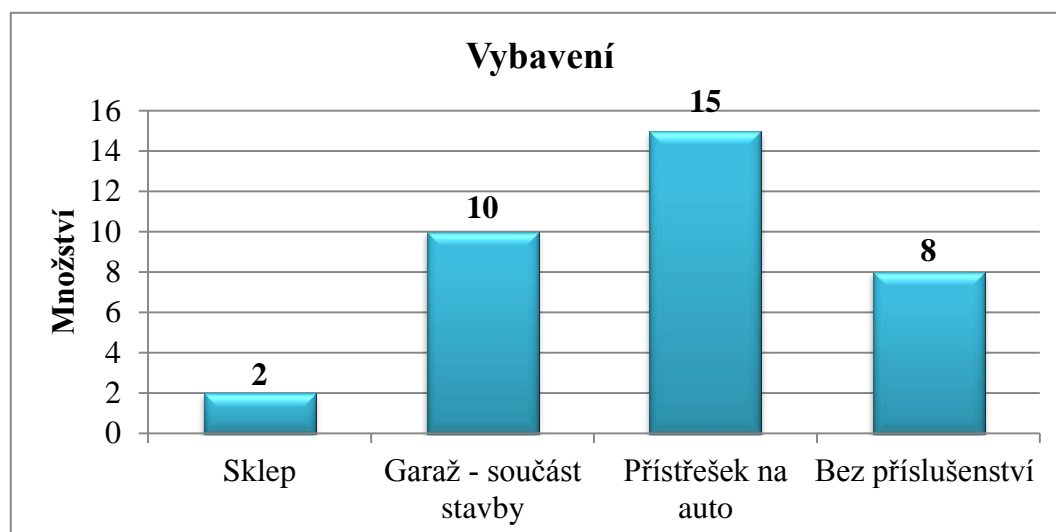
6.2.6 Rok kolaudace



Obr. 15: Rok kolaudace

Opět byl zvolen sloupcový graf, aby byl patrný časový trend zkolaudovaných staveb. Nejvíce staveb se zkolaudovalo v letech 2011, 2012 a 2013 a to celkem 22. V rocích 2014 a 2015 bylo zkolaudováno 5 staveb. Dále v roce 2010 bylo zkolaudováno dalších 5 staveb. Můžeme říci, že stavby zkolaudované v letech 2013 až 2015 jsou nové. Majitelé tedy ještě nemají se stavbou dostatečné zkušenosti.

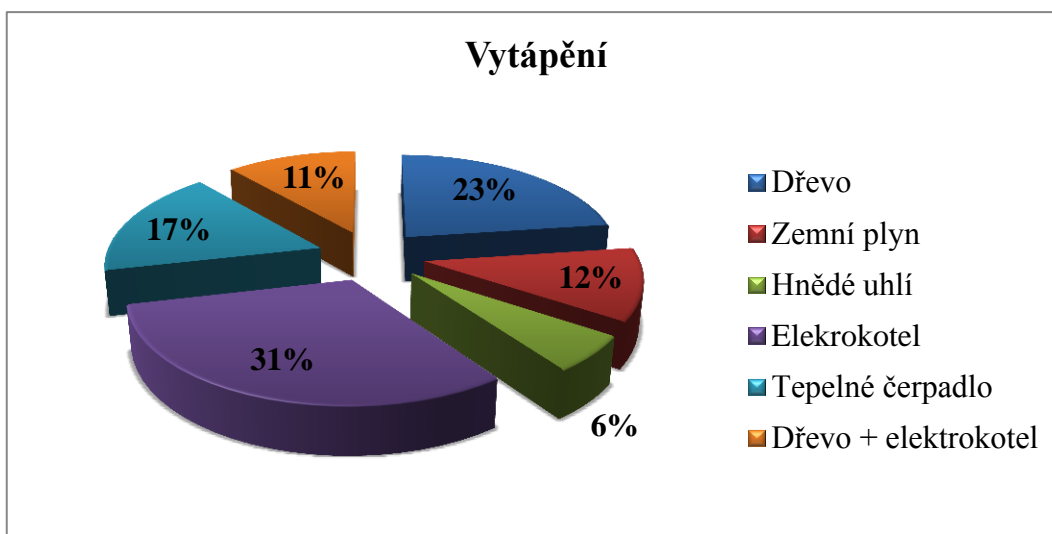
6.2.7 Vybavení



Obr. 16: Vybavení

Z grafu je patrné, že většina majitelů dřevostaveb dává přednost přístřešku na auto. Jako vybavení si ho zvolilo 15 dotazovaných majitelů. Dalších 10 majitelů si pořídilo stavbu s garáží jako součást stavby. Přístřešek na auto je patrně méně finančně náročný než garáž. Osm dřevostaveb není opatřeno žádným příslušenstvím, ale jelikož je zde velké procento staveb zkolaudovaných před pár lety, lze předpokládat, že si majitelé nějaké příslušenství opatří. Zbýlé 2 stavby jsou opatřeny sklepem.

6.2.8 Vytápění



Obr. 17: Vytápění

Z grafu vyplývá, že nejpoužívanější prostředek na vytápění je elektrokatel. To je poměrně překvapivé, jelikož ceny elektrických energií mohou být dosti nevyzpytatelné. Na druhém místě je vytápění dřevem se 23 %. To je logické, jelikož je dřevo v Jihočeském kraji poměrně hodně zastoupeno. Dále se na vytápění používá tepelné čerpadlo, dále potom zemní plyn a kombinace dřeva a elektrokotle. Pouhých 6 % dřevostaveb využívá k vytápění hnědé uhlí, což je z ekologického hlediska velmi pozitivní.

6.3 Zájem

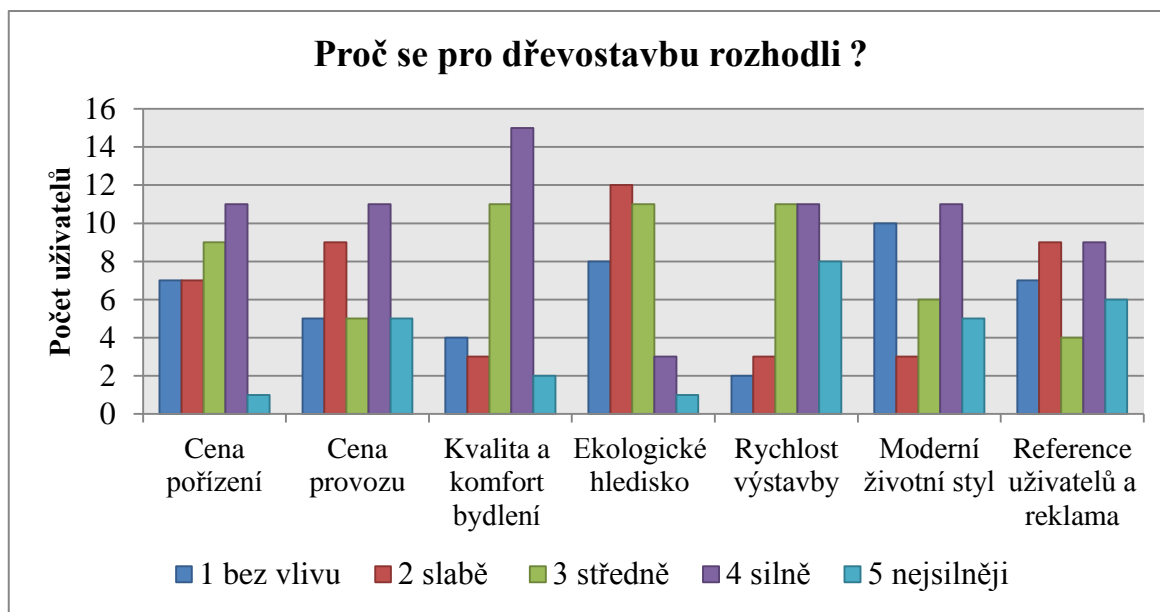
6.3.1 Odkud jste se dozvěděli o dřevostavbě, kde Vás to napadlo?



Obr. 18: Odkud jste se dozvěděli o dřevostavbě, kde Vás to napadlo?

Z grafu je patrné, že majitelé se o dřevostavbě nejčastěji dozvídají z internetu. Téměř polovina majitelů se takto o stavbě dozvěděla. Internet má v současné době obrovský vliv, proto 48 % není překvapivé procento. Na druhém místě se majitelé dozvěděli od svých známých a přátel. Na dalších místech jsou veletrh, časopis a jiné. Do kategorie jiné spadají knihy o dřevostavbách.

6.3.2 Proč jste se pro dřevostavbu rozhodli?



Obr. 19: Proč jste se pro dřevostavbu rozhodli?

Na otázku proč jste se pro dřevostavbu rozhodli, odpovídali majitelé pomocí číselné stupnice 1 až 5, kde číslo 1 značí bez vlivu, číslo 2 slabý vliv, číslo 3 střední vliv, číslo 4 silný vliv a konečně číslo 5 značí nejsilnější vliv. Otázky byly zaměřeny na cenu pořízení, cenu provozu, kvalitu a komfort bydlení, ekologické hledisko, rychlost výstavby, moderní životní styl a reference uživatelů a reklam.

Co se týče ceny pořízení, nejvíce respondentů odpovídali číslem 4, tedy silný vliv. Pouze pro jednoho majitele měla cena pořízení nejsilnější vliv. Ostatní majitelé se spíše přikláněli k nižšímu hodnocení. Pro dvanáct majitelů měla cena pořízení pouze slabý, anebo žádný vliv.

U ceny provozu opět zvítězil silný vliv, a to opět v jedenácti případech. Dalších pět majitelů zvolilo u ceny provozu nejsilnější vliv. Ostatní majitelé se spíše přikláněli k slabému vlivu.

Kvalita bydlení měla pro majitele velmi silný význam. Hned 15 majitelů označilo kvalitu a komfort bydlení silným vlivem, což je skoro polovina tázaných majitelů.

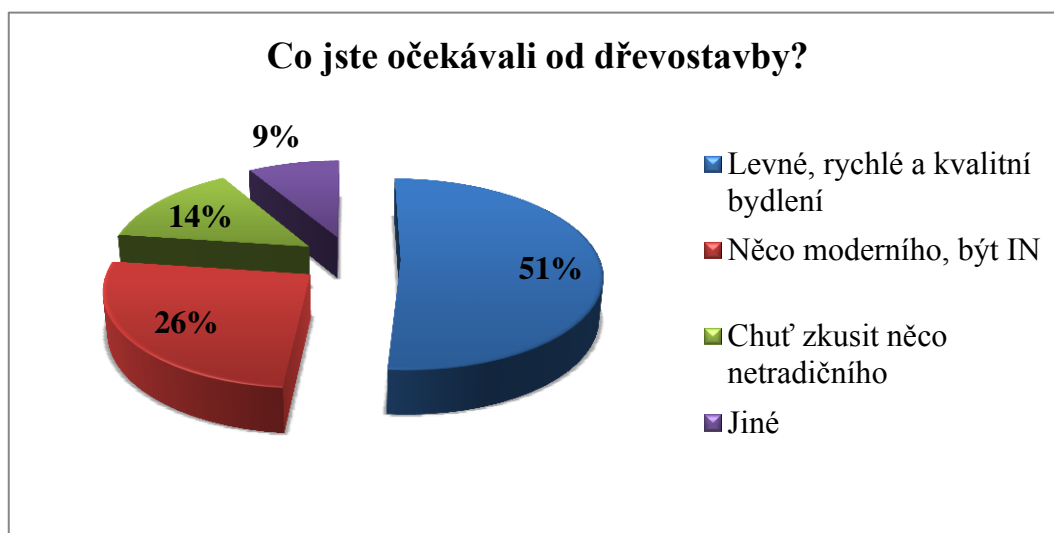
U ekologického hlediska značně převažují slabé vlivy. Pouze čtyři majitelé označili ekologické hledisko číslem 4 nebo 5. Pro většinu majitelů mělo ekologické hledisko střední nebo spíše slabý význam.

Rychlost výstavby měla pro majitele velmi silný význam. Je hodnocena především silnými vlivy. Pouze pro 5 majitelů měla rychlost výstavby slabý nebo žádný vliv.

U moderního životního stylu není jednoznačná volba. Pro některé majitele má moderní životní styl velkou váhu a pro jiné majitele nemá žádný vliv.

U referencí uživatelů a reklam je vyrovnaný slabý a silný vliv. Poměrně velké množství lidí se o dřevostavbě dozvědělo od svých známých a přátel. Lze tedy usoudit, že pro tyto majitele měly reference od přátel poměrně velký význam.

6.3.3 Co jste od dřevostavby očekávali?

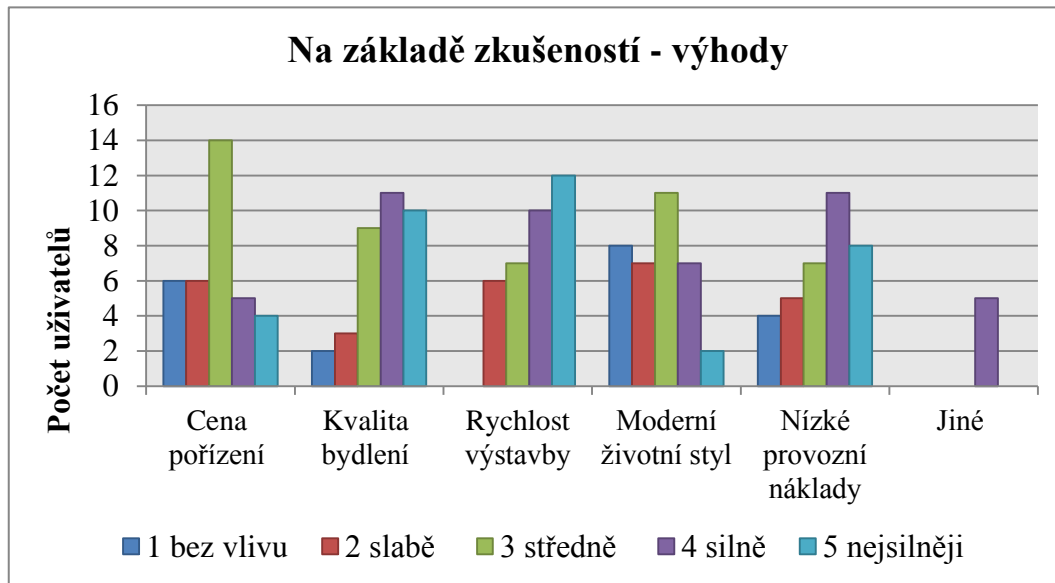


Obr. 20: Co jste od dřevostavby očekávali?

Z uvedeného grafu vyplývá, že nejvíce majitelů očekávalo od dřevostavby levné rychlé a kvalitní bydlení. Zejména kvalitní a rychlé bydlení bylo častou odpovědí. Poměrně velké zastoupení má i parametr být „IN“, označilo ho 26 % majitelů. Dále je chuť zkusit něco netradičního a odpověď jiné. Do kategorie jiné spadá příjemné klima v dřevostavbě.

6.4 Zkušenosti

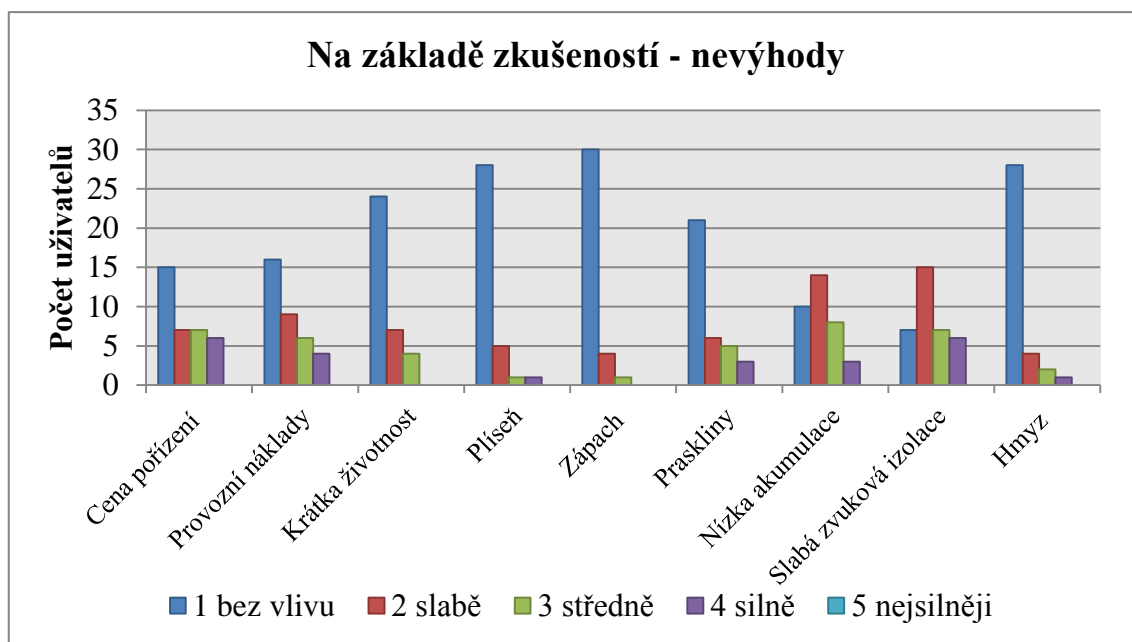
6.4.1 Na základě zkušeností – výhody dřevostaveb



Obr. 21: Na základě zkušeností – výhody dřevostaveb

Na otázku *výhody na základě zkušeností*, odpovídali majitelé opět pomocí číselné stupnice 1 až 5. Z grafu je patrné, že výhody dřevostaveb jsou na základě vlastních zkušeností, hodnoceny velmi pozitivně. Zejména kvalitu bydlení, rychlost výstavby a nízké provozní náklady, považují majitelé za největší výhody. Jsou hodnoceny převážně silnými a nejsilnějšími vlivy. U ceny pořízení a moderního životního stylu vítězí především střední vliv. U kategorie jiné, uvedli majitelé jako velkou výhodu velmi příjemné klima uvnitř dřevostavby.

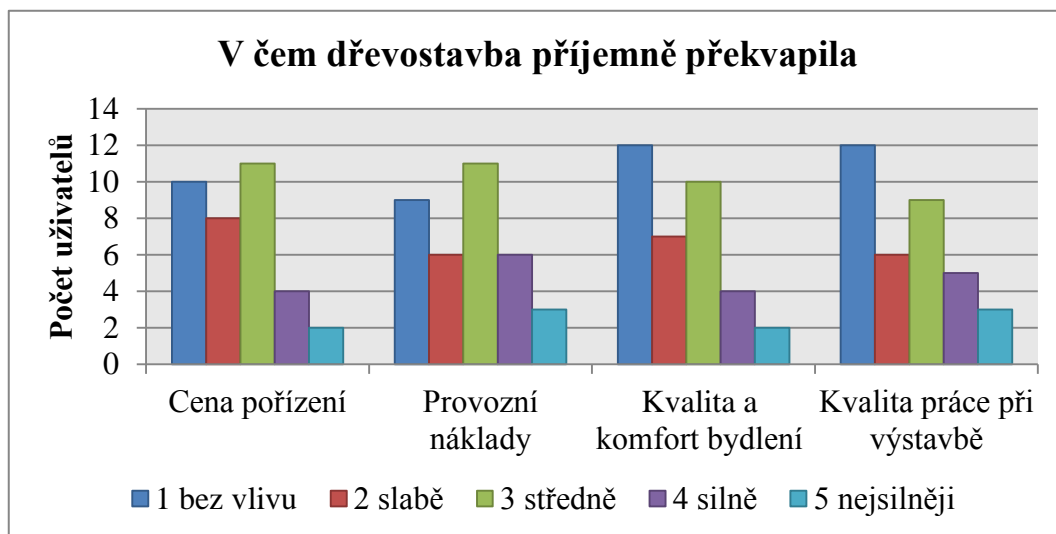
6.4.2 Na základě zkušeností – nevýhody dřevostaveb



Obr. 22: Na základě zkušeností – nevýhody dřevostaveb

Na otázku nevýhody na základě zkušeností, odpovídali majitelé opět pomocí číselné stupnice 1 až 5. Na základě grafů 24 a 25 je patrné, že výhody dřevostaveb převažují nad nevýhodami. Mezi největší nevýhody zařadili majitelé nízkou akumulaci tepla a slabou zvukovou izolaci. Ostatní nevýhody jsou hodnoceny převážně číslem 1, tedy bez vlivu. Toto hodnocení může být zkruseno tím, že dřevostavby jsou zkolaudovány většinou v posledních letech a nevýhody se ještě nestihly projevit v plném rozsahu.

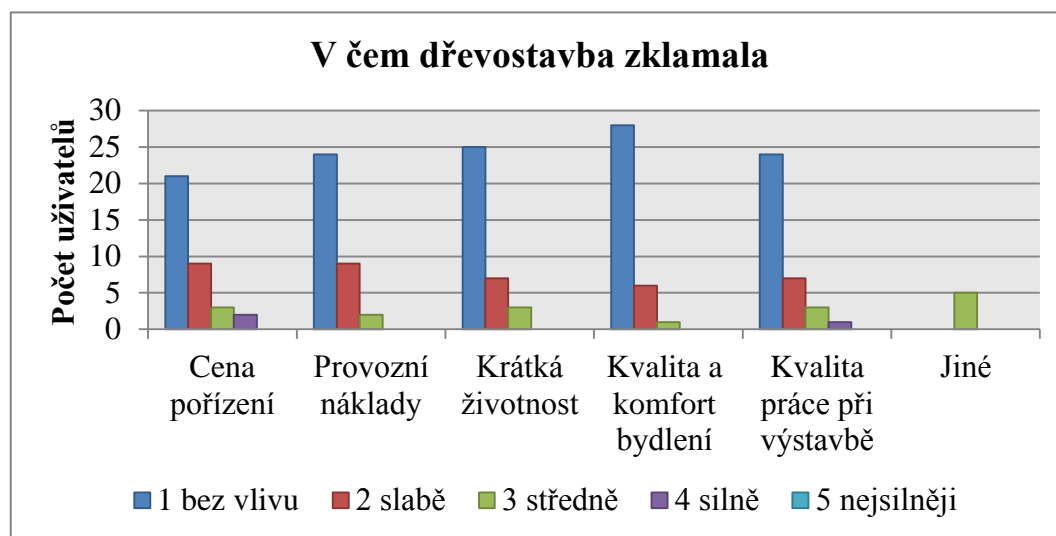
6.4.3 V čem dřevostavba příjemně překvapila



Obr. 23: V čem dřevostavba příjemně překvapila

Na otázku v čem dřevostavba příjemně překvapila, odpovídali majitelé opět pomocí číselné stupnice 1 až 5. Z grafu vyplývá, že všechny hodnocené parametry jsou oceněny spíše nižšími hodnotami vlivů. Dřevostavba majitele příliš nepřekvapila. Jelikož v přechozích grafech hodnotili majitelé dřevostavbu velmi kladně, lze z grafu usoudit, že většina majitelů dostala svým očekáváním a dřevostavba jim nepřinesla žádné výraznější překvapení.

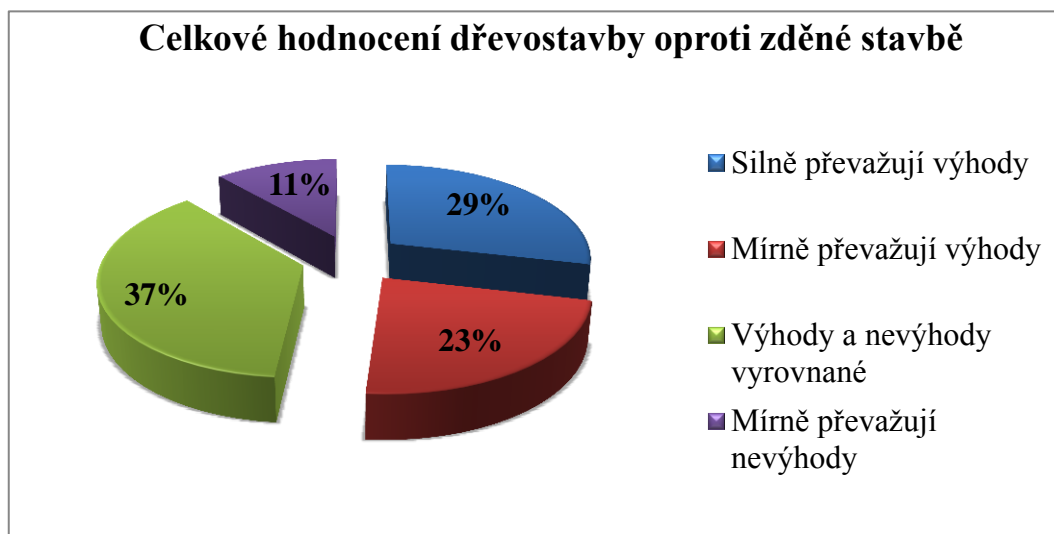
6.4.4 V čem dřevostavba zklamala



Obr. 24: V čem dřevostavba zklamala

Na otázku v čem dřevostavba zklamala, odpovídali majitelé opět pomocí číselné stupnice 1 až 5. Podobně jako u grafu 25 dřevostavba majitele nezklamala. Ve většině případů jsou všechny parametry hodnoceny číslem 1, tedy bez vlivu. Snad cenu pořízení čekali někteří majitelé o něco nižší. V kategorii jiné uváděli majitelé jako mírné zklamání nedostatečnou zvukovou izolaci a nižší akumulaci tepla. Celkové hodnocení je však takové, že dřevostavba majitele v ničem výrazně nezklamala.

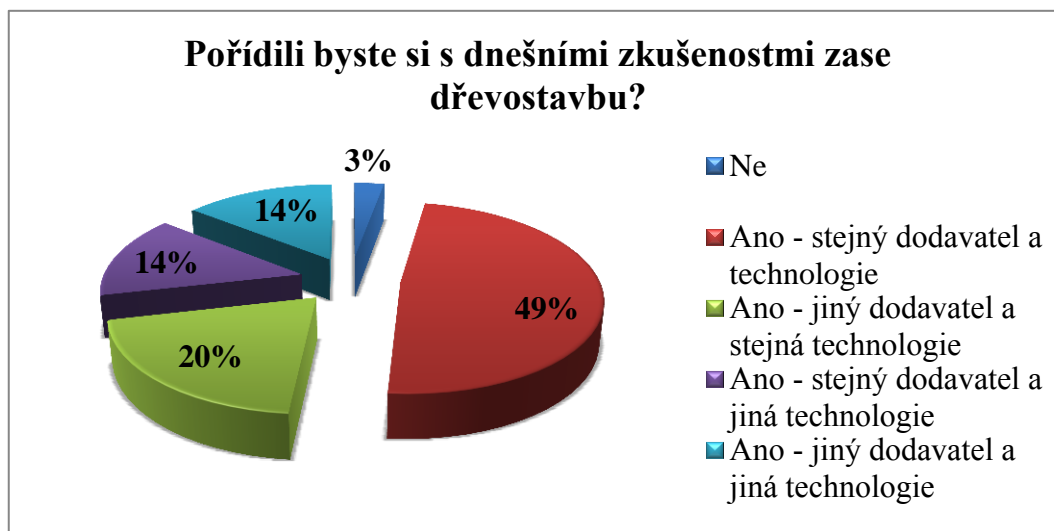
6.4.5 Celkové hodnocení dřevostavby oproti zděné stavbě



Obr. 25: Celkové hodnocení dřevostavby oproti zděné stavbě

Celkové hodnocení dřevostavby a zděné stavby je vyrovnané. 37 % majitelů shledává výhody a nevýhody vyrovnané. 29 % je toho názoru, že u dřevostavby silně převažují výhody. Žádný z dotazovaných majitelů neodpověděl, že by u dřevostavby silně převažovaly nevýhody. Celkový názor na hodnocení je, že výhody poměrně výrazně převládají nad nevýhodami.

6.4.6 Pořídili byste si s dnešními zkušenostmi zase dřevostavbu?



Obr. 26: Pořídili byste si s dnešními zkušenostmi zase dřevostavbu?

Jak můžeme vidět z grafu tak téměř polovina dotazovaných majitelů by si opět pořídila dřevostavbu od stejného dodavatele i se stejnou technologií. Dalších 20 % majitelů by zvolilo jiného dodavatele, ale použilo stejnou technologii. Bohužel jeden majitel by si

dřevostavbu s dnešními zkušenostmi již nepořídil a to kvůli špatnému provedení dřevostavby. Tato zkušenost ho již od staveb na bázi dřeva odradila.

6.4.7 Názory uživatelů na dřevostavbu



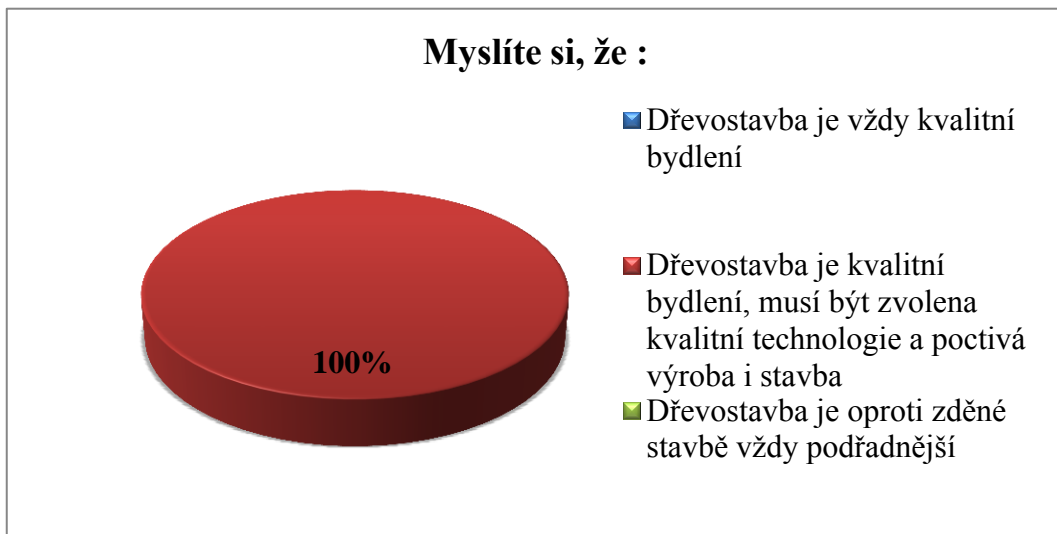
Obr. 27: Myslíte si, že dřevostavba stojí méně, stejně nebo více než zděná stavba?



Obr. 28: Myslíte si, že dřevostavba je méně, stejně nebo více kvalitní?

Většina majitelů má takový názor, že dřevostavba stojí stejně jako stavba zděná. Dvacet devět procent dotazovaných majitelů uvedlo, že dřevostavba stojí méně než stavba zděná. Zbýlých 23 % si myslí, že dřevostavba stojí více než stavba zděná. Většina respondentů zastává takový názor, že dřevostavba je v porovnání se stavbou zděnou stejně kvalitní. 20 % dotazovaných si myslí, že dřevostavba je více kvalitní než stavba zděná. A pouhých 11 % si myslí, že dřevostavba je méně kvalitní než stavba zděná.

6.4.8 Celkový názor na dřevostavbu



Obr. 29: Celkový názor na dřevostavbu

Zde jsou odpovědi velmi jednoznačné. Všichni dotazovaní majitelé si myslí, že dřevostavba je kvalitní bydlení, musí být ale zvolena kvalitní technologie a poctivá výroba i stavba. Je to pochopitelné. Ve většině případů hodnotili majitelé dřevostavbu velmi pozitivně. I přesto že se našla i negativní hodnocení, je dřevostavba vnímána jako kvalitní bydlení, záleží ovšem na kvalitní technologii a poctivé výrobě.

6.5 Sumarizace výsledků

Lidé

Z dosažených výsledků v první části průzkumu vyplývá, že většinovými zákazníky jsou muži ve věku 36–50 lety a ženy ve věku 26–35 lety. Stavbu si většinou pořizují majitelé nižšího a středního věku. Pro dřevostavbu se většinou rozhodly dvojice, které mají středoškolské vzdělání s maturitou a s prací v soukromém sektoru. Předchozí bydlení majitelů byl u mužů zděný byt a ženy nejčastěji pocházely z panelového bytu. Lze předpokládat, že majitelé chtějí vyměnit stísněné prostory bytu za pohodlnější rodinný dům. Majitelé v kategorii muž nejčastěji pocházeli ze sídla o velikosti 5 001–20 000 obyvatel a majitelé v kategorii žen nejčastěji ze sídla o velikosti 20 001–50 000 obyvatel.

Dřevostavba

V části dřevostavba nejčastěji majitelé volili stavbu s rámovou konstrukcí s izolační výplní – stavebnicový systém. Typ projektu byl velmi vyrovnaný, nakonec se více majitelů rozhodlo pro unifikovaný projekt – sériová výroba, patrně kvůli menší pořizovací ceně objektu. Dodavatelem stavby byla nejčastěji velká firma s více než 25 zaměstnanci. Majitelé také nejčastěji volili přízemní stavbu s podkrovím. Počet místností byl nejčastěji volen 5 + 1 a vytápění bylo zajišťováno pomocí elektrokotle. A nejčastějším vybavením dřevostavby byl přístřešek na auto.

Zájem

Majitelé, se téměř v polovině případů, o dřevostavbě dozvídali pomocí internetových stránek. Také relativně velké procento se pro stavbu rozhodlo díky referencím a radám svých přátel a známých. U otázky proč se zákazníci pro dřevostavbu rozhodli, převažovala odpověď rychlost výstavby. Také kvalita, komfort bydlení a moderní životní styl byly označeny poměrně silným vlivem. Levné, rychlé a zejména kvalitní bydlení bylo to, co majitelé od stavby na bázi dřeva očekávali nejvíce. Také možnost být „IN“ tvořila nemalé procento.

Zkušenosti majitelů

Z vlastních zkušeností uživatelů vyplývá, že největší výhodou dřevostaveb je rychlost výstavby, dále také kvalita bydlení a nízké provozní náklady. Našly se i mírné nevýhody, kterými jsou nízká akumulace tepla a slabá zvuková izolace. Informovanost

majitelů o dřevostavbě se ukázala na vysoké úrovni, jelikož uživatelé nebyli dřevostavbou překvapeni ani zklamáni. Snad jen nízké provozní náklady byly hodnoceny mírným překvapením. Téměř polovina majitelů by si dřevostavbu pořídila opět, a to se stejným dodavatelem a se stejnou technologií výstavby. I když na dřevostavbě byly shledány jisté nedostatky, tak se všichni dotazovaní majitelé nakonec shodli na tom, že dřevostavba je kvalitní bydlení, ale musí být zvolena kvalitní technologie a poctivá výroba a stavba.

7 Realizační výstup

Realizační výstup práce by měl pomoci firmám zabývajícím se výrobou a prodejem dřevostaveb. Z marketingového hlediska pro vymezení cílových skupin zákazníků, uspokojení jejich potřeb a také pro kvalitní reklamu. Z hlediska praktického pro eliminaci nevýhod, které jsou s výstavbou a užíváním dřevostavby spojeny.

V dnešní době je internet velmi mocné médium pro šíření informací. Převážná většina majitelů se o dřevostavbě dozvěděla právě z internetových stránek. Reklama by tedy měla být zaměřena převážně tam. Firmy realizující dřevostavby by také měly získávat zpětné informace od samotných uživatelů dřevostaveb a reagovat na ně. Kvalitní výstavba, slušné a profesionální jednání firem také není na škodu, jelikož dobré doporučení pro budoucí majitele dřevostaveb od majitelů, kteří již dřevostavbu užívají, také přispívá k velmi dobré reklamě. Z výsledků průzkumu také vyplývá, že si dřevostavbu pořizují lidé spíše nižšího a středního věku. Ideální by bylo zaměřit se na dvojce ve věkovém rozmezí 26 až 50 let.

Budoucí majitelé od dřevostavby nejvíce očekávali levné, rychlé a kvalitní bydlení. Zejména kvalita, komfort bydlení a rychlá výstavba byly pro majitele nejdůležitějšími faktory. Jako největší problémy při užívání dřevostavby uvádí uživatelé nízkou akumulaci tepla a slabou zvukovou izolaci, popř. vrzání, které je způsobeno pohybem dřevěné konstrukce. Je třeba se zaměřit na tyto nedostatky a snažit se je eliminovat např. přidáním izolační vrstvy nebo použitím jiného materiálu. Dále pořizovací cena stavby byla hodnocena spíše průměrně. Cena dřevostaveb je v současné době vyšší, než u srovnatelných staveb na jiné materiálové bázi. Pro rozšíření dřevostaveb na trhu by bylo jistě výhodné, kdyby se cenově přiblížily alternativním konstrukčním systémům. Je však nutné brát zřetel na dodržování kvality provedení.

Převažujícím typem staveb na bázi dřeva byla rámová konstrukce s izolační výplní, tzv. stavebnicový systém. Jako dodavatel stavby, byla nejčastěji zvolena velká firma s více než 25 zaměstnanci. Větší firmy s více zaměstnanci patrně v zákaznících budily více důvěry, především v kvalitně provedení a také v rychlosti výstavby. Dodavatelé staveb by se také měli zaměřit na příslušenství dřevostavby. Velké procento majitelů si ke své stavbě pořizovalo přístřešek na auto, který byl nejčastěji zhotoven z konstrukce na bázi dřeva.

Výsledkem práce dodavatelů dřevostaveb by měla být zejména kvalitní stavba, bez negativních vlastností a rychlé provedení. Velice důležitým kritériem pro rozhodování potenciálních uživatelů dřevostaveb zůstává pořizovací cena.

8 Diskuze

Marketingová studie přináší informace o uživatelích dřevostaveb a o dřevostavbách samotných umístěných v Jihočeském kraji. Jelikož je Jihočeský kraj druhý největší v České republice, nepodařilo se z časových důvodů oslovit respondenty ze všech okresů, které se v něm nachází. Výsledky průzkumu mohou být z části ovlivněny elektronickým dotazníkem, jelikož neproběhlo přímé setkání s majiteli a některé otázky mohly být nepřesně pochopeny. Z osmdesáti procent jsou však výsledky získány pomocí papírového dotazníku, který byl jednotlivým respondentům doručen osobně, přičemž byly podle potřeby některé otázky slovně upřesněny. Bohužel se také nepodařilo oslovit všechny typy dřevostaveb, a proto se v tomto průzkumu nevyskytují roubené a srubové stavby. Celkový počet majitelů, konkrétně třicet pět, je relativně malý, avšak pro tuto analýzu dostačující. Podařilo se oslovit majitele různých věkových kategorií a profesí, užívající dřevostavby od různých majitelů.

Majitelé dřevostaveb odpovídali na otázky svědomitě a dle svého vlastního uvážení. Přesto se ve výsledcích nachází nesrovnalosti, především při zjišťování výhod a nevýhod na základě vlastních zkušeností s užíváním dřevostavby. Konkrétně tomu tak bylo u ceny pořízení, kde u výhod byl nejvíce zastoupen parametr středně, zatím co u nevýhod byl nejvíce zastoupen parametr bez vlivu. Tato nesrovnalost může být způsobena nepozorností popř. nepřesným pochopením otázky.

Zajímavostí průzkumu je, že majitelé vesměs neshledávali na dřevostavbách závažnější nevýhody. Až na nízkou akumulaci tepla a slabou zvukovou izolaci se u dřevostaveb nevyskytovaly téměř žádné nevýhody, spojené s jejich užíváním. Nejpravděpodobnějším důvodem této skutečnosti může být fakt, že většina dřevostaveb je zkolaudována před pár lety a případné konstrukční nedostatky, vedoucí k nespokojenosti respondentů, se ještě nestačily projevit.

Provedeme-li porovnání výsledků s některými dříve zpracovávanými pracemi, zabývajícími se obdobným tématem, zjistíme, že odpovědi majitelů ve srovnatelných věkových kategoriích v Jihočeském kraji, se ve věkové neliší od ostatních krajů České republiky. Pro porovnání byly zvoleny tyto regiony: Kraj Vysočina, Plzeňský kraj, Moravskoslezský kraj, Jihomoravský kraj a území města Brna. Většina oslovených majitelů v mužské kategorii se pohybuje ve věkovém rozmezí 36–50 let a většina žen v rozmezí 26–35 let.

Jihočeský kraj se od ostatních krajů odlišuje způsobem výroby dřevostavby. V Jihočeském kraji převažuje rámová konstrukce s izolační výplní – stavebnicový systém. V ostatních, srovnávaných krajích, až na kraj Plzeňský, převažuje také rámová konstrukce s izolační výplní, ale výroba na místě.

Srovnáme-li různé druhy vytápění, opět nalzáme shodu s krajem Plzeňským a tentokrát i s územím města Brna a Brno – venkov. Převažujícím typem vytápění je zde elektrokotel. V Plzeňském kraji se pro volbu vytápění elektrokotlem rozhodlo 48 % majitelů a na území města Brna dokonce 66 % majitelů.

Jednou z nejdůležitějších otázek je, proč se majitelé pro dřevostavbu rozhodli. Ve všech porovnávaných krajích, Plzeňském, Moravskoslezském, Vysočině, Jihomoravském a v Brně, odpovídali majitelé jednoznačně. Hlavním kritériem pro ně byla rychlost výstavby, kterou lze proto považovat za důležitý parametr při volbě dřevostavby a zároveň za jejich výhodu.

Podle respondentů není nevýhod dřevostaveb mnoho. Těmi nejvýznamnějšími podle nich jsou nízká tepelně akumulční schopnost konstrukcí dřevostaveb a horší zvuková izolace ve srovnání se zděnou konstrukcí. Někteří uživatelé uvedli také vrzání konstrukcí, což se nedá označit jako nevýhoda dřevostaveb, ale spíše jako nedokonalost konstrukčního provedení konkrétní dřevostavby. U starších dřevostaveb majitelé občas také zmiňují kratší životnost.

Ve všech zkoumaných krajích si průměrně 60 % majitelů myslí, že dřevostavba je cenově srovnatelná se stavbou zděnou a také jsou přesvědčeni o tom, že dřevostavba je stejně kvalitní. Odlišují se pouze odpovědi v kraji Vysočina, kde si 68 % majitelů myslí, že dřevostavba je méně kvalitní než stavba zděná, přesto se všichni majitelé shodli, že dřevostavba je kvalitní bydlení, pokud je zvolena kvalitní technologie a provedení.

Pro efektivnější průzkum a možnost vyvození reprezentativnějších závěrů by bylo nutné navštívit větší množství dřevostaveb v Jihočeském kraji a také zpracovat větší množství informací, které se týkají majitelů a dřevostaveb samotných.

9 Summary

The Bachelor Thesis was focused on the research of satisfaction of the wooden house users in the South Bohemian Region. The purpose of the thesis was to evaluate satisfaction or dissatisfaction of the owners of the buildings made of wood and to find out also what the owners expect from wooden houses.

Based on the analyzed data, obtained from the wooded hose owners, it can be stated, that a majority of the owners are satisfied with their buildings. As the main advantage they point out quick building and low operating costs. What the wooden house owners expect are quick building completion, low cost and high quality habitation. Although some disadvantages were experienced with the wooden houses, the owners were in agreement with the view that a wooden house is a sort of quality habitation. However the technology providing high quality, proper manufacturing as well as proper building need to be chosen. The sorted and analyzed data can help manufacturers of the wooden houses as information providing an overview of what the customers like and what should be improved in the future.

The firms dealing with the wooden buildings should be interested in the customer's expectations and should satisfy them in order to achieve the wooden houses owners' satisfaction.

10 Závěr

Bakalářská práce byla zaměřena na průzkum spokojenosti uživatelů dřevostaveb v Jihočeském kraji. Cílem práce bylo vyhodnotit spokojenost či nespokojenost majitelů se stavbou na bázi dřeva, dále také zjistit, co majitelé od dřevostavby očekávají.

Na základě zpracovaných dat, získaných od samotných uživatelů dřevostaveb, lze říci, že majitelé jsou se svou stavbou ve většině případů spokojeni. Jako největší výhodu uvádí rychlost výstavby a nízké provozní náklady. Majitelé od dřevostavby očekávají levné, rychlé a zejména kvalitní bydlení. Ačkoliv se vyskytly u dřevostaveb jisté nevýhody, nakonec se všichni majitelé shodli na skutečnosti, že dřevostavba je kvalitní bydlení, musí však být zvolena kvalitní technologie a poctivá výroba a stavba. Vyhodnocená a zpracovaná data mohou posloužit výrobcům dřevostaveb, jako informace s čím jsou jejich zákazníci spokojeni a co by ještě mohlo být v budoucnu zlepšeno.

Firmy, které se zabývají výstavbou dřevostaveb, by se měly zajímat o požadavky zákazníka a pokoušet se je splnit, aby bylo dosaženo maximální spokojenosti majitelů dřevostaveb.

11 Seznam použitých zdrojů

11.1 Literární zdroje

ANDERSON, L. O. *Wood – frame house construction*. Los Angeles: The minerva group, Inc., 2002, 236 s. ISBN 0-89499-167-1.

HAVÍŘOVÁ, Z. *Dům ze dřeva*. 2.vyd. Brno: ERA, 2006, 99 s. ISBN 80-7366-060-1.

HORÁČEK, P. *Fyzikální a mechanické vlastnosti dřeva I*. Brno: Brno Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, 2008, 124 s. ISBN 978-80-7375-169-2.

KOLB, J. *Dřevostavby: systémy nosných konstrukcí, obvodové pláště*. 3., aktualiz. vyd. (v ČR 2., aktualiz. vyd.). Praha: Grada, 2011, 317 s. ISBN 978-80-247-4071-3.

KOSTEČKOVÁ, M. *Marketingová studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb na území Kraje Vysočina*. Brno: Mendelova univerzita, 2013. Bakalářská práce, Lesnická a dřevařská fakulta.

KOTLER, P., KELLER, K. L. *Marketing management*. 12th edition. New Jersey: Prentice Hall, 2006, 788 s. ISBN 978-0131457577.

KOTLER, P. a kolektiv, *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

KOTTJÉ, J. *Jak se staví dřevěný dům: od projektu k nastěhování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, 128 s. ISBN 978-80-247-2531-4.

RŮŽIČKA, M. *Stavíme dům ze dřeva*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 117 s. ISBN 80-247-1461-2.

SEDLÁK, J. *Marketingová studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb v Plzeňském kraji*. Brno: Mendelova univerzita, 2014. Bakalářská práce, Lesnická a dřevařská fakulta.

SHERWOOD, G. E., STROH, R. C. *Wood – frame house construction*, Chelmsdorf: Cournier corporation, 1990, 260 s. ISBN 0-486-26401-7.

STÁVKOVÁ, J., DUFEK, J. *Marketingový výzkum*. 2. vyd. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2004, 189 s. ISBN 80-7157-795-2.

ŠINDLER, M. *Marketingová studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb na území Moravskoslezského kraje*. Brno: Mendelova univerzita, 2014. Bakalářská práce, Lesnická a dřevařská fakulta.

ŠRÁMKOVÁ, O. *Marketingová studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb na území Jihomoravského kraje s výjimkou Brna a okresu Brno-venkov*. Brno: Mendelova univerzita, 2013. Bakalářská práce, Lesnická a dřevařská fakulta.

VÁCLAVEK, L. *Marketingová studie spokojenosti uživatelů dřevostaveb na území Brna a okresu Brno-venkov*. Brno: Mendelova univerzita, 2013. Bakalářská práce, Lesnická a dřevařská fakulta.

11.2 Internetové zdroje

[1] Celý svět [online]. Citováno [10.3. 2015]. Dostupný z: <http://www.celysvet.cz/jihocesky-kraj.php>

[2] Regionální informační servis [online]. Citováno [5.3. 2015]. Dostupný z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihocesky-kraj/okresy/>

[3] Ateliér ekologických modelů, [online]. Citováno [5.3. 2015]. Dostupný z: <http://www.atem.cz/gis.html>

[4] Český statistický úřad, [online]. Citováno [1.3. 2015]. Dostupný z: http://notes.czso.cz/x/redakce.nsf/i/zakladni_tendence_demografickeho_socialniho_a_e_konomickeho_vyvoje_jihoceskeho_kraje

12 Přílohy

č.: Obec: PSČ: Počet obyvatel:

DOTAZNÍK SPOKOJENOSTI UŽIVATELŮ DŘEVOSTAVEB

LIDÉ

1) Věková kategorie v době kolaudace stavby:

M Ž

- 18 – 25
 26 – 35
 36 – 50
 51 – 65
 66+

2) Majitelé:

- Jednotlivec
 Dvojice

3) Vzdělání:

M Ž

- Základní
 Středoškolské bez maturity
 Středoškolské s maturitou
 Vysokoškolské

4) Obor profese:

M Ž

- Podnikání – obor-
 Zaměstnanec soukromý sektor – obor-
 Zaměstnanec nesoukromý sektor – obor-

5) Předchozí bydlení (v čem vyrostli):

M Ž

- Panelák
 Zděný byt
 Zděný rodinný dům
 Dřevostavba
 Jiné –

6) Pochází z (dětství):

M Ž

- Obec do 1 000 obyvatel
 Obec 1 001 – 5 000 obyvatel
 Obec 5 001 – 20 000 obyvatel
 Obec 20 001 – 50 000 obyvatel
 Obec 50 001 – 100 000 obyvatel
 Obec 100 001 – 400 000 obyvatel
 Praha

DŘEVOSTAVBA

7) Typ dřevostavby

- Rámová konstrukce s izolační výplní – stavebnicový systém
 Rámová konstrukce s izolační výplní – výroba na místě
 Roubenka
 Srub
 Jiné -

8) Typ projektu

- Unifikovaný projekt – sériová výstavba
 Individuální projekt

9) Dodavatel stavby

- Velká firma (25+ z.) s vlastními zaměstnanci výroba i stavba
 Velká firma (25+ z.) s vlastními zaměstnanci pouze stavba
 Malá firma (25+ z.) s vlastními zaměstnanci pouze stavba
 Malá firma (25+ z.) a převážně subdodávky
 Svépomocí
 Jinak –

10) Počet pater:

- Bungalov
 Přízemí s podkrovím
 Dvě patra a více, kolik -

11) Počet místností

- 1 + 1 5 + 1 8 + 1
 2 + 1 6 + 1 9 + 1
 3 + 1 7 + 1 10 + 1 a více
 4 + 1

12) Rok kolaudace

13) Vybavení

- Sklep
 Garáž – součást stavby
 Přístřešek na auto

14) Vytápění (příp. to převažující)

- Dřevo Černé uhlí
 Zemní plyn Elektrokotel
 Hnědé uhlí Tepelné čerpadlo

ZÁJEM

15) Odkud jste se dozvěděli o dřevostavbě, kde Vás to napadlo?

- Internet
- Časopis
- Známi
- Veletrh
- Jiné -

16) Proč jste se pro dřevostavbu rozhodli?

Váha parametru:

1- bez vlivu, 2- slabě, 3- středně, 4- silně, 5- nejsilněji

- Cena pořízení
- Cena provozu (užívání)
- Kvalita a komfort bydlení
- Ekologické hledisko pořízení
- Rychlost výstavby
- Moderní životní styl
- Reference uživatelů a reklama

17) Co jste očekávali od dřevostavby?

- Levné, rychlé a kvalitní bydlení
- Něco moderního, být IN.
- Chut' zkusit něco netradičního.
- Jiné -

ZKUŠENOSTI

18) Na základě zkušeností – výhody dřevostaveb:

Váha parametru výhody:

1- bez vlivu, 2- slabě, 3- středně, 4- silně, 5- nejsilněji

- Cena pořízení
- Kvalita a komfort bydlení
- Rychlost výstavby
- Moderní životní styl
- Nízké provozní náklady
- Jiné -

19) Na základě zkušeností – nevýhody dřevostaveb:

Váha parametru nevýhody:

1- bez vlivu, 2- slabě, 3- středně, 4- silně, 5- nejsilněji

- Cena pořízení
- Vysoké provozní náklady
- Krátká životnost
- Plíseň
- Zápach
- Praskliny
- Nízká akumulace tepla
- Slabá zvuková izolace, vrzání
- Hmyz
- Jiné -

20) V čem dřevostavba příjemně překvapila?

Váha parametru:

1- bez vlivu, 2- slabě, 3- středně, 4- silně, 5- nejsilněji

- Cena pořízení
- Nízké provozní náklady
- Kvalita a komfort bydlení
- Kvalita práce při výstavbě
- Jiné -

21) V čem dřevostavba zklamala?

Váha parametru:

1- bez vlivu, 2- slabě, 3- středně, 4- silně, 5- nejsilněji

- Cena pořízení
- Vysoké provozní náklady
- Krátká životnost
- Kvalita a komfort bydlení
- Kvalita práce při výstavbě
- Jiné -

22) Celkové hodnocení dřevostavby oproti zděné stavbě:

- Silně převažují výhody
- Mírně převažují výhody
- Výhody a nevýhody vyrovnané
- Mírně převažují nevýhody
- Silně převažují nevýhody

23) Pořídili byste si s dnešními zkušenostmi zase dřevostavbu?

- Ne
- Ano – stejný dodavatel a stejná technologie
- Ano – jiný dodavatel a stejná technologie
- Ano – stejný dodavatel a jiná technologie
- Ano – jiný dodavatel a jiná technologie

24) Myslíte si, že:

dřevostavba stojí méně, stejně nebo více než zděná stavba?

M S V

dřevostavba je méně, stejně nebo více kvalitní než zděná stavba?

M S V

25) Myslíte si, že:

- dřevostavba je vždy kvalitní bydlení
- dřevostavba je kvalitní bydlení, musí být ale zvolena kvalitní technologie a poctivá výroba i stavba
- dřevostavba je oproti zděné stavbě vždy podřadnější