

Sledovanie a vyhodnocovanie spokojnosti zákazníkov

Tomáš Paukovček

ABSTRAKT

PAUKOVČEK, Tomáš: *Sledovanie a vyhodnocovanie spokojnosti zákazníkov* [diplomová práca] – Žilinská univerzita v Žiline. Fakulta riadenia a informatiky; Katedra manažérskych teórií. – Vedúci: Ing. Radoslav Jankal, PhD. – Stupeň odbornej kvalifikácie: Inžinier v odbore manažment. Žilina: FRI ŽU v Žiline, 2014. – 92 s.

Cieľom diplomovej práce bolo vybrať vhodné nástroje sledovania a vyhodnocovania spokojnosti zákazníkov a vypracovať konkrétne postupy ich aplikácie. Práca sa v úvode zaoberá teoretickými východiskami o zákazníkovi a jeho spokojnosti, lojalite zákazníkov a meraní spokojnosti zákazníkov. Ďalšia časť je venovaná charakteristike podniku a jeho produktov. Ďalšiu kapitolu tvorí charakteristika nástrojov sledovania a vyhodnocovania spokojnosti zákazníka a následná analýza charakterizovaných nástrojov. Poslednú časť tvorí konkrétny postup uplatnenia vybraných nástrojov. Záver práce sa zaoberá ekonomickými a mimoekonomickými prínosmi navrhnutých riešení.

Kľúčové slová: Zákazník. Spokojnosť zákazníka. Lojalita zákazníka. Meranie spokojnosti zákazníka. Nástroje sledovania a vyhodnocovania spokojnosti zákazníkov.

ÚVOD

Neustále zmeny prebiehajúce v trhovom prostredí na úrovni makroekonomických štruktúr až po úroveň trhu firiem pohybujúcich sa v jednotlivých sektoroch ekonomík nútia subjekty, ktorých prioritou je dlhodobá existencia k zvyšovaniu konkurencieschopnosti, identifikácii príležitostí a realizácii opatrení, ktoré prinesú relevantné konkurenčné výhody.

Kvalita je významný faktor, ktorí vnímajú všetci potenciálni zákazníci rovnako ako aj okolie organizácie, preto je v súčasnosti snahou každej organizácie zabezpečiť čo najvyššiu úroveň kvality svojich produktov. Zvyšovanie kvality v organizáciách pôsobiacich v trhovom prostredí je motivované potrebou neustáleho zvyšovania konkurencieschopnosti a úspešnosti, pre podniky je nevyhnutné, keďže kvalita produktu je zárukou a garanciou budúcnosti každej organizácie.

Zároveň je potrebné zdôrazniť, že každá organizácia hoci dosahuje vynikajúce výsledky v kvalite svojich produktov sa nevyhne aj produkcii nezhodných produktov, ktoré nenapĺňajú očakávania a požiadavky zákazníkov, pre ktorých sú určené. Preto je dôležité zaoberať sa faktormi, ktoré spôsobujú vytváranie nezhôd a hľadať efektívne nástroje nato, aby sa odstránili nedostatky alebo čo je ešte výhodnejšie, aby sa predišlo vzniku nezhôd, pretože tie majú vplyv na celkovú spokojnosť zákazníkov, ktorá sa automaticky odzrkadlí na hospodárskych výsledkoch organizácie a jej konkurencieschopnosti.

Iba úspešné podniky sa neustále snažia identifikovať požiadavky a očakávania svojich zákazníkov, sledovať a vyhodnocovať ich spokojnosť a na základe rôznych nástrojov určovať ďalšie smerovanie podniku.

Cieľom predkladanej práce bolo na základe relevantnej analýzy vybrať vhodné nástroje sledovania a vyhodnocovania spokojnosti zákazníkov a vypracovať konkrétne postupy ich aplikácie. Podnik v súčasnosti nevyužíva žiadne nástroje na sledovanie a vyhodnocovanie spokojnosti zákazníkov, preto bolo potrebné vybrať správne nástroje a popísať ich ako sa budú realizovať v podniku v praxi.

Práca pozostáva zo siedmich kapitol. V prvej kapitole sa zaoberá teoretickými východiskami o zákazníkovi a jeho spokojnosti, lojalite zákazníkov a meraní spokojnosti zákazníkov. Druhá časť tvorí metodológia použitá pri vypracovaní diplomovej práce, kde je vytýčený cieľ a objasnené metódy, ktoré boli použité pri písaní tejto práce. Ďalšia časť je venovaná charakteristike podniku a jeho produktov. Štvrtú kapitolu tvoria teoretické východiská, charakteristika a podrobný popis nástrojov sledovania a vyhodnocovania

spokojnosti zákazníkov. Ďalšiu kapitolu tvorí analýza a výber vhodných nástrojov na sledovanie a vyhodnocovanie spokojnosti zákazníkov. Šiestu kapitolu tvoria konkrétne postupy uplatnenia vybraných nástrojov. Záver práce sa zaoberá ekonomickým a mimoekonomickým vyhodnotením a prínosmi navrhnutých odporúčaní.