

Projekt nr 2014-2020.5.04.18-0348 “ Ristpuidust pindade tootearendus uudse tootmismeetodi abil ”

Euroopa Regionaalarengu Fond



Regionaalsete kompetentsikeskuste arendamine
Võrumaa Kutsehariduskeskus, kompetentsikeskus TSENER

Partner: ECCOM OÜ (registrikood 11201842).

Projekti lühikirjeldus

Arendada välja ristpuidust pindade lahendused kasutades uut tehnoloogilist lähenemist, mis võimaldab toorainena kasutada madalakvaliteedilist puitu ja erinevaid puuliike. Tegemist on koostööprojektiga, kus partneri ülesanneteks on uue toote väljatöötamisel tootmiseks sobivate tehnoloogiliste lahenduste leidmine ja Tsentri ülesandeks uue tootega seotud tehnoloogiliste, pinnaomadusi kirjeldavate ning tarbijauuringut puudutavate testide läbiviimine.

**RISTPUIKPINDADE OSTUVALMIDUSE JA HINNATUNDLIKKUSE VÄLJASELGITAMINE
LÄHTUVALT TOODETE PRESENTEERIMISE VIISIST.**

Uuringu läbiviijad: Andres Kuusik (Phd); Tanel Mehine (MSc)

Tartu Ülikool, majandusteaduskond, neuroturunduse labor

Uuringu eesmärk

Selgitada välja potentsiaalsete tarbijate ostuvalmidus ning hinnatundlikkus piltide ja reaalsete prototüüpide põhjal, et teada saada, kas veebipõhine esitlus ilma füüsilisi prototüüpe näitamata võib mõjutada tarbija ostuvalmidust ja hinnatundlikkust tootjat-turustaja jaoks ebasoodsalt.

Uuringu tulemuste lühikokkuvõte

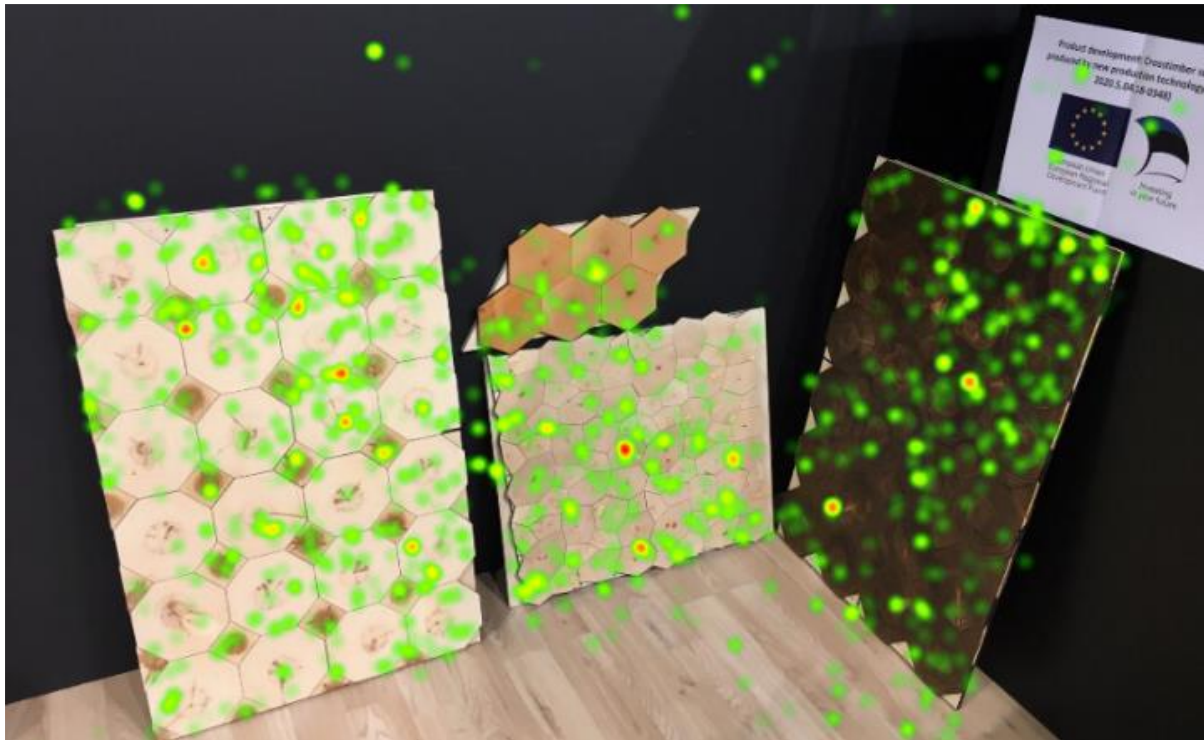
Eesmärgi saavutamiseks viidi läbi uuringud Eestis sisustusmessil (aprill 2019) ja Kölnis mööblimessil (jaanuar 2019), kus presenteeriti katseisikutele nii reaalseid toodete prototüüpe kui tootepilte. Uuringute käigus mõõdeti katseisikute pilguliikumist, näoväljendusi/emotsioone ja teadlikke hinnanguid toodete kvaliteedile ning võimalikule mõistlikule hinnale.

Uuringutest selgus, et inimesed näevad üldjuhul tooteid erinevalt tulenevalt sellest, kas neid presenteeritakse realselt või piltide näol. Kui mööblitoodete puhul oli see erinevus suurem, siis ristpuitpindade puhul üllatuslikult väga suurt erinevust ei olnud. Erinevus oli vaid 3D renderduse puhul, kus ristpuitplaat oli esitletud toa põrandana. Sellest võib teha järelduse, et vaatamise erinevus on tingitud detailidele ligipääsemisest: kui füüsilise toote puhul saavad inimesed vaadata toodete detaile väga lähedalt, siis pööratakse neile ka rohkem tähelepanu. Pildidel on tooted väikesed ja seetõttu detailid tähelepanu ei saa. Ristpuitpindade pildid aga võimaldasid vaadelda detaile ja seda osalejad ka tegid.

Uuringu käigus selgitati välja ka erinevat tüüpi piltide mõju inimestes tekkivale positiivsele emotsioonidele ja sealt kaudu ka hinnahinnangule. Selgus, et mõningate emotsionaalsete detailide lisamine toodetele ei mõjuta oluliselt ei tekkivaid positiivseid emotsioone ega hinnanguid. Küll aga avaldab mõju toote asetamine konteksti. Ristpuitpindade puhul oli kontekstiga 3D pilt selgelt vähim positiivset emotsiooni tekitanud pilditüüp, sest tooteeripärad ei tulnud nii selgelt kontekstis välja, võrreldes mööblitoodetega. Samas uuritavate hinnahinnangut see ristpuitpindade puhul väga ei mõjutanud.

Hinnahinnangud olid väga sarnased nii kõrgema kui madalama ostuvalmidusega inimestel. Ristpuitpinnad olid oma olemuselt mööblimessil ja tehtud katses pisut võõrad tooted (ülejääänud selgelt mööblitooted) ning seetõttu tekkisid uuringus osalejatel erinevaid küsimusi. Samas anti ostuvalmiduse osas kõrge hinnang ning samuti oli toode oma keskmiste hinnangutega vaid pisut madalam tootja soovitud hinnast.

Lisaks selgus, et pilgujälgimise seadmed on väga heaks vahendiks kliendiuuringute läbiviimisel nii füüsiliste prototüüpide kui ekraanipiltide puhul, sest aitavad salvestada nii pilgu, kuhu inimene vaatab kui ka intervjuu, mistõttu on tulemusi hiljem väga hea analüüsida.



Joonis 1. Osalejate kogu tähelepanu kuumuskaardid reaalsel prototüüpidel esitletuna Kölni messil jaanuaris 2019.

Joonisel 1 on näidatud kõigi testitavate summaarne pilkude peatumine füüsilistel prototüüpidel. Salvestused on tehtud pilgujälgimise prillidega (TobiiPro Glasses 2), millega salvestati iga osaleja pilgu liikumine videofailina.



Joonis 2. Osalejate kogu tähelepanu kuumuskaardid erinevate piltide lõikes ekraanil.

Joonisel 2 on näidatud kõigi testitavate summaarne pilkude peatumine arvuti ekraanil kuvatud piltidel. Pilgu liikumise salvestamiseks kasutati pilgujälgijat TobiiPro X2-60