

Anykščių komunalinio ūkio teikiamų paslaugų kokybės vertinimas vartotojų požiūriu

Aleksandras Patapas, Vilma Vilutytė-Žilienė

*Mykolo Romerio universitetas
Valakupių g. 5, LT-10101 Vilnius*

***Anotacija.** Straipsnyje siekiama atskleisti Anykščių komunalinio ūkio teikiamų paslaugų kokybės vertinimą vartotojų požiūriu. Siekiant šio tikslo straipsnyje ypatingas dėmesys skiriamas paslaugos ir kokybės sąvokų turinio analizei. Tyrimui atlikti taikyti bendrieji mokslinio tyrimo metodai: mokslinės literatūros lyginamoji analizė ir jos apibendrinimas, anketinė vartotojų apklausa raštu, statistinis duomenų apdorojimo metodas bei grafiniai duomenų pateikimo modeliai. Straipsnyje pateikiami atlikto empirinio tyrimo rezultatai. Empirinio tyrimo rezultatų pagrindu atskleidžiama, kaip respondentai vertino paslaugų kokybę, kokie kokybės kriterijai svarbūs teikiant paslaugas ir kt. Empirinis tyrimas iš dalies pagrindė iškeltas prieš tyrimą hipotezes, kadangi tyrimo rezultatai leidžia teigti, kad Anykščių komunalinio ūkio paslaugų kokybę vertinama vidutiniškai.*

Raktažodžiai: paslauga, vartotojas, kokybė.

Keywords: service, consumer, quality.

Įvadas

Viešosioms paslaugoms tenka svarbus vaidmuo mūsų kasdieniniame gyvenime. Atsiskaitydami už gaunamas paslaugas norime gauti aukščiausios kokybės paslaugą, bet mūsų lūkesčiai ne visuomet pasiteisina. Už paslaugų kokybę yra atsakingas jų tiekėjas. Augant vartotojų poreikiams keliami vis didesni reikalavimai ir vis didesnis dėmesys skiriamas klausimams, susijusiems su paslaugų kokybe. Kas yra paslaugos kokybė, ką mes gauname, ko mums reikia, ar mūsų lūkesčiai patenkinami? Paslaugų teikėjai ne visuomet adekvačiai įvertina vartotojų norus, o kad būtų užtikrinama vartotojams kelianti pasitenkinimą atitinkama paslaugų kokybė, dažnai tiesiog trūksta žinių apie tai, ką būtent vartotojai labiau vertina ir ko jiems reikia.

Piliečiai gana dažnai skundžiasi viešųjų paslaugų teikimo kokybe. Vis dažniau girdimi nusiskundimai, susiję su aptarnavimo problemomis, netinkamu įmonės personalo

elgesiu ar darbu bei dėmesio stoka, ne visuomet atsižvelgiama į piliečių poreikius ir jų požiūrį. Kadangi ne visada pavyksta tinkamai užtikrinti pageidaujamą paslaugų kokybę, yra svarbu ieškoti tinkamų būdų ją tobulinti. Kai netiriama vartotojų nuomonė apie jiems teikiamas paslaugas, nėra žinomos silpnosios bei stipriosios organizacijos teikiamų paslaugų kokybės pusės.

Paslaugų kokybė Anykščių rajono savivaldybei pavaldžioje įmonėje – UAB Anykščių komunaliniame ūkyje, iki šiol nebuvo tirta. Tyrimu siekta atskleisti tobulintinas sritis bei siūloma imtis įvairių priemonių gerinant teikiamų paslaugų kokybę ir toliau sėkmingai plėtojant įstaigos veiklą. Siekta išsiaiškinti, kaip Anykščių miesto ir rajono gyventojai vertina Anykščių komunalinio ūkio paslaugų kokybę.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti esamą situaciją ir ištirti bei įvertinti Anykščių komunalinio ūkio paslaugų kokybę, atskleisti jos tobulinimo galimybes.

Tyrimo objektas – Anykščių komunalinio ūkio teikiamų paslaugų kokybės vertinimas vartotojų požiūriu.

Prieš tyrimą buvo iškeltos šios **hipotezės**: 1) vartotojų nuomonė apie įmonės teikiamų paslaugų kokybę tampa neatsiejama paslaugos kokybės vertinimo dalimi; 2) kai įmonės teikiamų paslaugų kokybė atitinka vartotojų lūkesčius, galima tvirtinti, kad yra teikiama kokybiška paslauga.

Bendroji paslaugos ir kokybės sampratų bei savybių analizė

Tiriant paslaugų kokybę viešojoje organizacijoje, svarbu išsiaiškinti pagrindinius paslaugos ir kokybės sąvokų turinius. Tam, kad suvoktume paslaugų veiklos savitumą, pirmiausia būtų tikslinga išsiaiškinti, kas yra paslauga ir kuo ji skiriasi nuo materialios prekės. Vartotojai, apibūdindami paslaugą, dažniausiai vartoja tokius žodžius kaip patikimumas, saugumas, pasitikėjimas, patirtis ir pan. Taigi analizę vertėtų pradėti nuo paslaugų sąvokų aiškinimo. Mokslinės literatūros apžvalga leidžia teigti, kad šios dvi pagrindinės nagrinėjamos sąvokos įvairiausiuose lietuvių ir užsienio literatūros šaltiniuose interpretuojamos skirtingai. Surasti universalią paslaugos sąvoką pirmiausia trukdo egzistuojanti paslaugų įvairovė ir joms prilygstančios skirtingos veiklos rūšys, kurios irgi yra pripažįstamos kaip paslaugos. Anot Vengrienės (2006), paslaugų sąvokų įvairovė yra gana didelė, jomis perteikiamos skirtingos reikšmės, kurios aprėpia ne tik paslaugas kaip produkto sudėtinės dalis, bet ir kaip veiklą [12].

Mokslinėje literatūroje pateikta daugybė paslaugų sąvokų ir jų interpretacijų. Straipsnio autoriai susistemintai pateikia *tik dalį* paslaugų sąvokų interpretacijų (žr. 1 lentelė) remdamiesi moksline literatūra: Langvinienė ir Vengrienė (2008); Bagdonienė ir Hopenienė (2004); Šalkauskienė ir kt. (2006); Vitkienė (2004); Vainienė (2005); Ruževičius (2006); Pranulis ir kt (2000); Žalimienė (2003).

1 lentelė. Skirtingų autorių paslaugos sąvokos interpretacijos

Laikotarpis (metai)	Autorius	Paslaugos apibrėžimas
1983	Lethinen	„Veiksmas ar veiksmų serija, pasireiškianti asmenų kontaktu su fiziniu įrengimu ar mašina, suteikianti pasitenkinimą vartotojui.“ [9, p. 21]
1987	Gummesson	„Paslauga yra tai, kas gali būti perkama ar parduodama, bet ko neįmanoma užsimesti ant kojos.“ [9, p. 22]
1992	Tocquer ir Langlois	„Paslauga – laikinas vartotojo patyrimas, kuris įgaunamas jam sąveikaujant su paslaugų organizacijos personalu arba techninėmis (materialinėmis) priemonėmis.“ [1, p. 47]
2000	Pranulis ir kt.	„Paslauga – visuomet susijusi su individualiu vartojimu. Paslaugos rezultatas visuomet turi būti žmogus – tos paslaugos vartotojas. Be to, tas vartotojas pats turi dalyvauti tame procese, nes paslaugos gaminimo ir vartojimo laikas sutampa.“ [12]
2002	Kinduryš	„Paslauga – tai prekė, kurios gamyba ir vartojimas vyksta vienu metu.“ [7]
2003	Žalimienė	„Paslauga – nematerialinė gėrybė arba nematerialinė veikla, kuri prisideda prie žmonių poreikių tenkinimo.“ „Paslaugą galima įvertinti kaip funkciją ir veiklą, kuri turi paklausą ar poreikį.“ [23, p. 9]
2004	Vitkienė	„Apibrėžta veikla, kurią siūloma vartotojui pirkti, kadangi kiekviena veikla yra vertinama, atsižvelgiant į jos naudingumą, apibrėžtumą ir jos galimybę ją perduoti.“ [22]
2005	Vainienė	„Paslauga – ekonominė gėrybė, tenkinanti vartotojo poreikius, tačiau neturinti materialios formos, jos negalima išsaugoti, todėl dažniausiai suvartojama jos gyvavimo metu.“ [20, p. 208]
2006	Ruževičius	„Prekė, kurios turinys ir kokybė priklauso nuo paslaugos, jos vartotojo ir kt. aplinkybių.“ [16]
2007	Kotler, Keller	„Paslauga – tai bet koks nematerialus veiksmas ar darbas, kurį viena šalis gali pasiūlyti kitai, tačiau jis nesuteikia jokios apčiuopiamos savybės.“ [8]
2008	Pranulis ir kt.	„Paslauga – tai daiktinės formos neturinti prekė, kurios gamyba ir vartojimas vyksta tuo pačiu metu.“ [13]

Mokslininkai labiausiai akcentuoja, kad *paslauga* – veiksmas, veikla, procesas, prekė, santykiai ir vertybė. Galima teigti, kad paslauga pasireiškia savitai bendradarbiaujant paslaugos tiekėjui ir vartotojui. Taigi be vartotojo ir teikėjo paslauga negali egzistuoti. Kadangi paslaugų apibrėžimai labai įvairuoja, galima teigti, kad bandant apibūdinti paslaugą įmanoma sulaukti nemažai prieštaringų diskusijų ir klausimų. Nagrinėdami paslaugos paskirtį galime sužinoti apie paslaugos esmę, atpažinti prekės ir paslaugos skirtumus pagal joms būdingas savybes, kol galiausiai suvokiame, kad paslauga yra veiksmas, o ne prekė.

Paslaugų samprata būtų neišsami be *kokybės* apibendrinimo. Žodynuose teikiamos tokios žodžio „kokybė“ reikšmės: daikto ypatybė, savybė, tinkamumo laipsnis, rūšis, teigiamybė, gera savybė ir privalumas. Mokslinėje literatūroje kokybės sąvokų yra labai daug ir įvairių, jos apima visas veiklos sritis nuo idėjos iki produktų ar paslaugų realizavimo. Nepaisant to, kad kokybės sąvoką apibrėžė daugybė mokslo bei verslo atstovų, vieno kokybės apibrėžimo iki šiol nėra. Anot profesorių Raipos ir Urbonavičiaus (2001), kokybės apibrėžimas kinta kas šešerius metus, tikslinant standartus [14]. Todėl nagrinėjant kokybės sąvoką tikslinga pabrėžti, kad dauguma autorių pateikia savo požiūrį, kaip jie suvokia kokybę ir ką būtent vadina kokybe. Taigi 2 lenelėje susistemintai pateikiama *dalys* dažniausiai literatūroje pateikiamų kokybės apibrėžimų.

2 lentelė. Skirtingų autorių *kokybės* sąvokos interpretacijos

Laikotarpis (metai)	Autorius	Kokybės apibrėžimas
1950	Isikava	„Kokybė – tai savybė, realiai patenkinanti vartotojų poreikius.“ [2005, p. 10]
1974	Gilmore	„Laipsnis, kuriuo konkretus gaminytis patenkina konkretaus vartotojo poreikius.“ [6]
1979	Juran	„Kokybė – vartotojo poreikių patenkinimo lygis.“ [2005, p. 10]
1992	Talley	„Vartotojų pasitenkinimas.“ [3, p. 92]
1998	Crosby	„Kokybė – tai reikalavimų, standartų atitikimas.“ [17, p. 122–123]
1991, 1992, 1996, 1999	Gummesson	„Momentinė būseną.“ [9, p. 74]
2003	Medekšas	„Kokybė – paslaugos savybių ir charakteristikų visuma, leidžianti patenkinti vartotojo pareikštas ar numanomas reikmes.“ [10, p. 9]
2009	Žičkienė, Dasevskienė	„Kokybė – savybių visuma, atitinkanti vartotojų reikalavimus, kurie nustatyti standartuose.“ [24, p. 143–152]

Didžioji dalis teoretikų pažymi, kad paslaugų kokybę tiksliai apibrėžti nelengva, nes paslaugų teikimo kokybė gali būti suvokta tiek subjektyviai, tiek objektyviai. Prie šios išvados prieinama ir lyginant prekių ir paslaugų kokybę. Cornu teigia, jog kokybė yra paslaugų ir produktų pagrindas [4]. Todėl į kokybę turėtų būti kreipiamas didžiulis dėmesys, kadangi kokybė formuoja organizacijų įvaizdį, vartotojo pasitenkinimą, pelno augimą ir kt. Kaip teigia Tamas, paslaugų kokybę yra sunku tiek išmatuoti, tiek apibrėžti [19]. Kita vertus, Žostautienės ir Čerkauskytės nuomone, dėl pačios paslaugų prigimties yra žymiai sudėtingiau apibūdinti paslaugų nei prekių kokybę [25]. Svarbu paminėti tai, kad ilgai naudojant tą pačią paslaugą susidaro tikrasis kokybės suvokimas, todėl kokybės vertinimas nėra momentinis, objektyviai kokybę galima įvertinti tą pačią paslaugą naudojant daug kartų. Dažniausiai kokybė suprantama kaip nustatytų tikslų siekimas, nuolatinis gerinimas, geresnis rezultatas ir nuolatinis tobulėjimas. Straipsnio autorių nuomone, paslaugų sektoriuje tinkamiausias būtų toks apibrėžimas: kokybė – vartotojų poreikių patenkimas. Taigi išanalizavus lietuvių ir užsienio autorių kokybės sampratą, galima teigti, kad vartotojo supratimas apie kokybę priklauso ne tik nuo asmeninio požiūrio, bet ir nuo to, koku būdu teikėjas teikia paslaugas, kaip jis elgiasi paslaugos teikimo metu, kokius veiksmus atlieka ir nuo kitų aplinkybių. Be to, kokybės apibrėžimai daugiausiai yra orientuoti į vartotojų lūkesčių tenkinimą ir į pačius vartotojus bei teikėjus. Taigi, vartotojas, teikėjas ir kokybė yra neatsiejamos dalys. Paslaugų kokybė – tai pagrindinis faktorius, lemiantis vartotojų pasitenkinimą teikiama paslauga.

Verta akcentuoti, kad kokybiška paslauga privalo atitikti standartus ir nustatytus kriterijus, priimtina vartotojams ir atitikti jų reikalavimų lygį. Atsižvelgus į kokybės apibrėžimus, kokybę būtų galima pavadinti visuma paslaugų savybių ir charakteristikų, kurios padeda patenkinti vartotojų poreikius. O trumpai apibendrinant galima teigti, kad kokybės sąvoka apibūdina tai, kaip gerai ar blogai paslaugų teikėjai atlieka savo darbą vartotojų požiūriu. Taigi būtų galima manyti, kad kokybė yra labai svarbus požymis teikiant paslaugas.

Viešųjų paslaugų teikimo kokybės tobulinimo galimybių analizė

Rosen (2007) teigia, kad paslaugų kokybę lemia jos nauda vartotojui. Tam, kad paslaugų įmonė siektų tikslo tobulinti teikiamų paslaugų kokybę, jai derėtų tinkamai išsiaiškinti vartotojų norus ir lūkesčius. Vienas iš būdų tai padaryti – atlikti tiek vartotojų, tiek paslaugų įmonės darbuotojų apklausas užduodant jiems svarbius klausimus ir deramai išklausti jų nuomonę [15, p. 63]. Vartotojų skundai yra labai gera galimybė bendrauti paslaugų teikėjui su vartotoju – kiekvienas sulauks reikalingos naudos, tik labai svarbu išmokti į skundus reaguoti pozityviai. Taigi, kad paslaugų įmonė tinkamai išmoktų gerinti paslaugų kokybę, pirmiausia reikia įsiklausyti į skundus, juos suvokti kaip rimtą problemą ir jokiais atvejais jų nevengti [2, p. 107]. Vartotojo skundas ar prašymas yra tarsi nauja galimybė, todėl kad paslaugų įmonės įgytų vartotojų palankumą, joms reikėtų: neignoruoti vartotojų, laikyti jų skundus rimta problema, jokiais būdais neneigti problemos ir nesigin-

čyti, nekaltinti vartotojų, nešaukti ant jų ir negrasinti jiems, o pagarbiai elgtis; nežadėti jiems to, ko neįmanoma ištesėti ir rūpintis teikiamų paslaugų kokybės patobulinimu [11].

Tyrimo metodologija

Tyrimu siekta nustatyti, kaip Anykščių miesto ir rajono gyventojai vertina Anykščių komunalinio ūko teikiamų paslaugų kokybę, kokie kokybės kriterijai yra svarbūs teikiant paslaugas ir kt. Tyrimui atlikti buvo pasitelktas anketinės apklausos metodas, grindžiamas Likerto skale. Mokslinėje literatūroje aptinkama nemažai įvairiausių kokybės tyrimo būdų. Pasak Bagdonienės ir Hopenienės (2005), kokybės modelio pasirinkimą nulemia paslaugų prigimtis ir atliekamo tyrimo tikslai [1]. Klausimyno teiginiams įvertinti remtasi Ch. Gronrooso bendrai suvoktos kokybės modeliu, *Servqual* modeliu, kurio principu išskiriamos 5 paslaugų kokybės dimensijos: patikimumas, reagavimas, tikrumas, apčiuopiamumas ir empatija. Ranginės skalės būdu respondentų atsakymai yra grupuojami. Taigi, visi atsakymai pateikiami didėjančia tvarka: pradedama nuo tokio atsakymo, su kurio pateiktais teiginiais respondentai visiškai nesutinka, iki visiškai sutinka.

Tyrimui naudota originali anoniminė anketa, sudaryta iš 17 klausimų (15 – uždarų, su galimais atsakymų variantais; 2 – atvirų). Be to, anketos pabaigoje respondentams buvo suteikta galimybė išreikšti savo nuomonę, pasidalinti savo patirtimi ir įžvalgomis. Deja, tokia galimybė pasinaudojo gana nedidelė dalis respondentų.

Statistinio tyrimo duomenų apdorojimui pasitelkta duomenų apdorojimo programa „Microsoft Office 365 Excel“, atlikta anketinių duomenų analizė bei grafinis duomenų vaizdavimas ir interpretavimas.

Tiriamųjų respondentų imties dydžio nustatymas. Respondentų imtis apskaičiuojama pagal specialią Paniotto formulę (žr. 1 pav.), o siekiant gauti tikslus statistiškai reikšmingus rezultatus, imama 5 % paklaida.

$$n = \frac{1}{\left(\Delta^2 + \frac{1}{N}\right)}$$

n – imties dydis
Δ – leidžiamosios imties paklaidos dydis
N – tiriamųjų visuma

1 pav. Paniotto formulė

Remiantis *Lietuvos statistikos departamento duomenimis*, 2013 m. pradžioje Anykščių rajone gyveno 27 526 gyventojai.

$$n = \frac{1}{\left(\Delta^2 + \frac{1}{N}\right)} = \frac{1}{\left(0,05^2 + \frac{1}{27526}\right)} = \frac{1}{0,00253632} = 394,272016 \approx 394.$$

Tyrimo dalyviai. Tikslinę tyrimo populiaciją sudaro Anykščių miesto ir rajono gyventojai. Šiam tyrimui pasirinkta imtis buvo įvairaus amžiaus, išimtinai nuo 18 metų. Taigi, norint gauti statistiškai patikimus šio tyrimo rezultatus su 5 % paklaida, reikėtų apklausti 394 respondentus.

Anketinė apklausa vykdyta 2013 m. vasario mėn. Ši anketa buvo įdėta internetiniame tinklalapyje adresu: www.apklausa.lt, o siekiant pritraukti daugiau respondentų dalyvauti anketinėje apklausoje, buvo reklamuota Anykščių miesto populiariame tinklalapyje: www.nyksčiai.lt. Deja, laikui bėgant pastebėta, kad anketinėje apklausoje respondentai nelabai noriai dalyvauja, minėtame tinklalapyje reklama vis dėlto nepatenkino lūkesčių, nes buvo tikėtasi gausnesnio respondentų aktyvumo. Todėl siekiant greitai gauti kuo daugiau atsakymų į anketos klausimus, buvo vykdoma Anykščių miesto ir rajono gyventojų paieška populiariame socialiniame tinkle www.facebook.com su tikslu išsiųsti užklausas apie dalyvavimą anketinėje apklausoje. Naudojantis šio socialinio tinklo paieškos sistema buvo išsiųstos užklaustos 619 respondentų. Tyrimo metu paaiškėjo, kad respondentų aktyvumas vis dėlto gana nedidelis. Tada bandyta išsiuntinėti užklausas per interneto pokalbių programą „Skype“ surandant Anykščių miesto ir rajono gyventojų kontaktus, tačiau šis paieškos būdas visiškai nepasiteisino, kadangi šioje programoje jau uždrausta detali paieška pagal vietovę. Galiausiai nuspręsta išdalinti anketas gyvai susitinkant su respondентаis įvairiose Anykščių miesto viešose vietose ir įstaigose. Taigi susumavus užpildytas tinklalapyje [apklausa.lt](http://www.apklausa.lt) (68) ir gyvai respondentams išdalinant anketas (319), surinktos 387 anketos. Tiesiogiai dalinant anketas sulaukta žymiai didesnio respondentų aktyvumo nei prieš tai minėtais būdais, bet pasitaikė atvejų, kai atsisakydavo dalyvauti tyrime dėl tokių priežasčių kaip per didelio užimtumo, laiko stokos, nuomonės, kad magistrantės atliekamas tyrimas – nerimta.

Tyrimo rezultatų analizė

Tyrimo duomenų analizė pradedama nuo sociodemografinės respondentų charakteristikos. Atlikto tyrimo rezultatai atskleidė, kad tyrime dalyvavo 387 respondentai, iš jų daugiausia moterų ($n = 219$), aktyviausia respondentų amžiaus grupė 29 – 48 metų, daugiau gyvenantys mieste ($n = 308$) ir turintys aukštąjį išsilavinimą ($n = 128$), dirbantys ($n = 242$).

Norint sužinoti respondentų nuomonę apie paslaugų prieinamumą, kokybę, įmonės darbuotojų aptarnavimo kultūrą, darbuotojų išvaizdą ir kt., buvo pateikti universalūs ir visapusiai teiginiai. Tyrimo rezultatai rodo, kad įmonės paslaugų kokybė nėra tokia problemiška, kadangi respondentai **teigiamai** vertino tam tikrus teikiamų paslaugų kokybės kriterijus. Vartotojai vertindami kokybę pirmiausia atsižvelgia į paslaugų teikėjų kvalifikaciją, kokiose patalpose įsikūrę, kokią įrangą naudoja, koks personalas. Paaiškėjo, kad respondentams priimtina darbuotojų išvaizda ir jų darbo aplinka. Respondentai apie darbuotojus atsiliepia kaip apie kompetentingus, savo sritį išmanančius paslaugų teikėjus. Respondentų buvo prašoma įvertinti, ar darbuotojai naudoja modernią įrangą ir priemones, kadangi tai labai svarbu atliekamų paslaugų kokybės gerinimui daugeliu aspektų.

Vartotojai mano, kad paslaugų teikėjai saugiai naudoja įrankius ir darbo priemones, tačiau šios įmonės įranga ir darbo priemonės nėra modernios. Be to, respondentai sutinka, kad darbuotojai pasižymi puikiu paslaugų suteikimu iš pirmo karto. Jų nuomone, paslaugos ne visada suteikiamos arba baigiamos laiku ir jos nėra teikiamos greitai bei punktualiai. Respondentai yra patenkinti, kad jiems greitai išrašomos ir pateikiamos sąskaitos. Sužinojome, kad darbuotojai ne tik geba tinkamai informuoti vartotojus apie paslaugų suteikimą, bet jų pageidavimu darbuotojai pateikia papildomos informacijos ir pataria. Respondentų požiūriu, specialisto suteikta informacija jų klausimu yra teisinga, išsami ir aiškiai suprantama. Paslaugų gavėjai sutinka, jog už paslaugas prašoma mokėti tiek, kiek sutarta, bei paslaugos teikimo kokybė nesikeičia nepriklausomai nuo asmens ar dienos meto, tačiau jų nuomone, paslaugų kaina neatitinka paslaugų kokybės. Respondentai sutinka, kad aptarnavimo metu jie jaučiasi saugiai ir tiki, kad jų asmeninės problemos saugomos ir neviešinamos. Paslaugų teikėjo buveinė yra patogioje vietoje, tiek pietų pertaukos, tiek įmonės darbo laikas patogus, tačiau įmonės įvaizdį respondentai įvertino labai neigiamai.

Tyrimo rezultatai atskleidė, kad didžioji dalis respondentų atsakydami į teiginius kai kuriuos įmonės teikiamų paslaugų kokybės kriterijus vertino neigiamai. Respondentų nuomone, įmonės siūlomos sąlygos neatitinka lūkesčių, neatsižvelgiama į vartotojų poreikius. Darbuotojų požiūris į vartotoją nėra geras, negerbiamos vartotojų pažiūros ir vertybės. Jie negeba išsiaiškinti individualius jų lūkesčius ir neskiria jiems individualaus dėmesio. Darbuotojai nepasižymi gerais bendravimo įgūdžiais, nėra jau tokie mandagūs ir paslaugūs, nerodo nuoširdaus dėmesio sprendžiant problemas ir nežino tiksliai kiekvienos paslaugos savybių ir kainų. Vartotojai apie įmonės darbuotojus atsiliepė kaip ne visada operatyviai reaguojančius į prašymus, iškilusius klausimus ir problemas, todėl tenka ilgai laukti atsakymų. Jeigu darbuotojai suteikti paslaugas vėluoja, dėl to neatsiprašoma vartotojų ir jiems nepaaiškinamos vėlavimo priežastys. Pagal gautus rezultatus galima teigti, kad įmonės internetiniame puslapyje, spaudoje, telefonu skelbiama informacija apie paslaugas ir jų įkainius nėra išsami ir patikima. Didžioji dalis respondentų nežino, ar paslaugų suteikimo kainų pokyčiai yra staigūs, ar darbuotojai geba atpažinti nuolatinius vartotojus. Atsižvelgiant į šiuos neigiamai įvertintus kriterijus, galima tvirtinti, kad įmonė nėra tvirtai pasiryžusi nuolatiniam paslaugų kokybės gerinimui.

Respondentų buvo prašoma bendrai įvertinti Anykščių komunalinio ūkio paslaugas pagal nurodytus kriterijus vertinimo skalėje nuo 1 iki 4: 1 – blogai, 2 – patenkinamai, 3 – gerai ir 4 – labai gerai.

Vykdam tyrimą buvo siekta išsiaiškinti, kaip respondentai vertina **atliekų surinkimo, tvarkymo ir šalinimo paslaugas**. Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad šios paslaugos vertinamos pozityviai. Respondentai (74 %) teigiamai vertina atliekų rūšiavimo konteinerių vietą. Jie yra patenkinti ne tik atliekų rūšiavimo konteinerių pakankamumu, bet ir tinkamu atliekų išvežimo grafiku. Geriausiai atliekų surinkimo, šalinimo ir tvarkymo paslaugomis besinaudojantys respondentai vertina atliekų išvežimo grafiką.

Nustatyta, kad *kraštovaizdžio tvarkymo paslaugos* vertinamos gerai ir patenkinamai. Gyventojai yra patenkinti žaliųjų plotų ir parko priežiūra bei šaligatvių, aikštelių, pasivaikščiojimo takų švara. Taip pat palankiai vertinama daugiabučių namų kiemų švara, tvarka ir gėlynų įrengimų ir priežiūros paslaugos. Vertinant *daugiabučių namų administravimo paslaugas*, respondentams buvo pateikti trys klausimai. Paaiškėjo, kad daugiabučių namų gyventojai atsiliepia gerai ir patenkinamai apie tikslų ir aiškų paslaugų, už kurias privaloma mokėti, pateikimą sąskaitose bei informacinius pranešimus apie būsimus remonto darbus ir kt. Vartotojai palankiai vertina paslaugų teikėjo reagavimą į avarines situacijas būste.

Apšvietimo tinklų eksploatavimo ir priežiūros paslaugas respondentai vertino dvejopai: laiptinių, kiemo, gatvių ir pasivaikščiojimo takų apšvietimu vartotojai nepatenkinti, tačiau jų nuomone, žaliųjų plotų ir parko zonos apšvietimas yra pakankamas.

Remiantis atlikto tyrimo rezultatais nustatyta, kad blogiausiai respondentų vertinamos *gyvūnų registravimo, beglobių gyvūnų gaudymo ir jų karantinavimo paslaugos*. Iš minėtų trijų paslaugų blogiausiai respondentai vertina beglobių gyvūnų gaudymo paslaugas, o geriausiai – gyvūnų registravimo paslaugas, patenkinamai – gyvūnų karantinavimo paslaugas.

Išaiškėjo, kad iš kitų įmonės siūlomų paslaugų geriausiai vertinamos *transporto nuomos ir pirties paslaugos, laidojimo paslaugos ir kapinių priežiūra*, tačiau *turgavietės bei nuotekų valymo paslaugos* – patenkinamai.

Respondentai dažnai vertina teikiamų paslaugų kokybę remdamiesi asmeniniu požiūriu, tačiau ar jie, neigiamai vertindami paslaugų kokybę, kreipiasi į Anykščių komunalinį ūkį su tikslu išsakyti savo nusiskundimus, prašymus, pastebėjimus ir kt.? Todėl respondentams buvo užduotas klausimas, ar per pastaruosius 12 mėn. jiems teko kreiptis į Anykščių komunalinį ūkį dėl paslaugų kokybės? Atlikto tyrimo rezultatai rodo, kad didžioji dalis respondentų, susidūrę su nekokybiška paslauga, net nebando susisiekti su paslaugų teikėjais ir jiems pranešti apie nekokybiškas paslaugas tam, kad vėliau būtų galima išvengti nesklandumų. Tai rodo, kad vartotojai nėra linkę kovoti už savo teises ir priima tokias sąlygas, kokias diktuoja paslaugų teikėjas.

Respondentai į įmonę dažniausiai kreipiasi telefonu (47 %) arba vyksta asmeniškai į įstaigą (37 %), rečiau – naudojasi el. paštu (16 %). Dažniausiai kreipiamasi dėl šių priežasčių: neteisingo sąskaitų išrašymo, apmokėjimo ir atsiuntimo laiku, paslaugų įkainių, gatvių apšvietimo, beglobių gyvūnų gaudymo, nepasitenkinimo įmonės darbuotojais. Didžioji dalis respondentų (55 %), kuriems teko kreiptis į įmonę, nebuvo patenkinti po to suteikta paslauga. Dažniausiai pasitaikančios nepasitenkinimo priežastys: nemandagus personalas, pažadų netesėjimas, netikslios informacijos suteikimas apie paslaugas ir jų įkainius, ilgai tenka laukti atsakymų į iškilusius klausimus bei problemas ir nekreipiamas dėmesys į nusiskundimus.

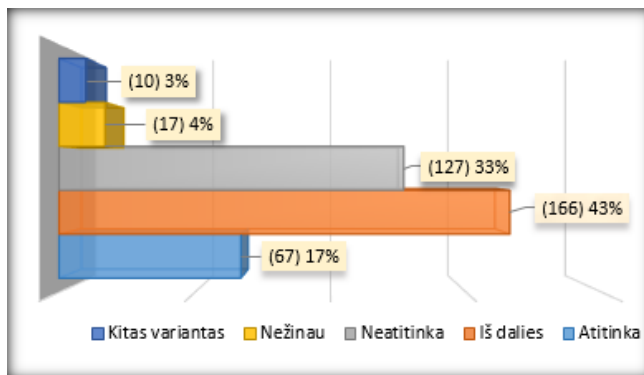
Susidūrus su nepakankamos kokybės paslaugomis, pirma, respondentai (42 %) norėtų pakeisti paslaugų teikėją, antra, išdėstyti savo nuomonę apie nepakankamą teikiamų

paslaugų kokybę įmonės vadovui (37 %), trečia, į nieką nesikreiptų (20 %), nes mano, kad nuo to niekas nepasikeis. Tik maža dalis respondentų – 1 % (n = 5), pasinaudojo galimybe įrašyti savo variantą: parašytų pasipiktinimo laišką įmonės vadovui; kreiptųsi ne į įmonės vadovą, o į Anykščių rajono savivaldybę; viešai spaudoje išreikštų savo nuomonę; jeigu būtų galimybė, pakeistų gyvenamąją vietą; jeigu būtų atsižvelgiama į gyventojų nuomonę, siūlytų keisti įmonės direktorių.

Dažnai pasitaiko, kad vartotojai naudodamiesi įmonių teikiamomis paslaugomis pasigenda informacijos apie įmonės veiklą, paslaugas, jų įkainius ir kt. Norėdami gauti išsamios informacijos apie įmonės teikiamas paslaugas, dažniau respondentai (35 %) skambina į įmonę ir 30 % respondentų ieško informacijos įmonės interneto svetainėje, klausia pažįstamų (22 %), užaina į Anykščių komunalinį ūkį (12 %).

Respondentams, nepatenkintiems įmonės paslaugų kokybe, kartais tenka pateikti skundą ar išsakyti nepasitenkinimą. Todėl labai svarbu žinoti, kaip į skundą ar išsakytą nepasitenkinimą reagavo skundą ar išsakytą nepasitenkinimą priimančias darbuotojas. Didžioji dalis respondentų (77 %), nepatenkintų įmonės teikiamų paslaugų kokybe, nėra linkę pateikti skundą ar išsakyti nepasitenkinimą įmonės personalui. Tačiau maža dalis respondentų (23 %), kurie kreipėsi į įmonę norėdami pateikti skundą ir išsakyti nepasitenkinimą, dažniausiai iš darbuotojų sulaukdavo abejingumo (20 %) – į jų skundus ir nepasitenkinimą paslaugų kokybe būdavo nekreipiama dėmesio. Kiek dažniau respondentai iš darbuotojų sulaukdavo grįžtamojo ryšio, darbuotojai greitai sureaguodavo į skundą ar išsakytą nepasitenkinimą ir pašalindavo trūkumus. Rečiausiai respondentams siūloma kreiptis į įmonės vadovą.

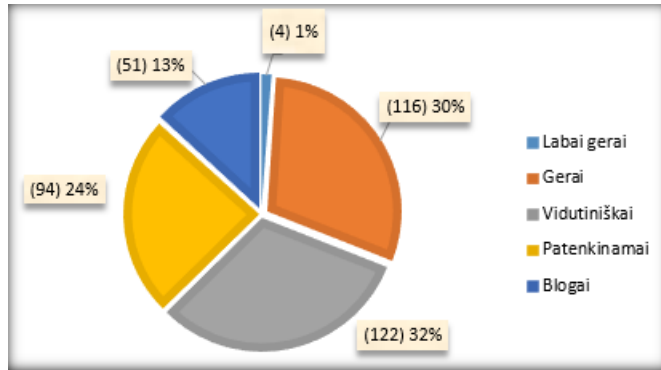
Respondentų buvo klausama, ar Anykščių komunalinio ūkio teikiamų paslaugų kokybė atitinka taikomus įkainius ir jų lūkesčius. Buvo pasiūlyti keli atsakymo variantai: atitinka, iš dalies, neatitinka, nežinau ir kitas variantas (žr. 3 pav.).



3 pav. Ar UAB Anykščių komunalinio ūkio teikiamų paslaugų kokybė atitinka taikomus įkainius ir Jūsų lūkesčius?

Paaiškėjo, kad įmonės teikiamų paslaugų kokybė iš dalies atitinka taikomus įkainius ir vartotojų lūkesčius. Respondentai, atsakę į nemažą dalį klausimų, jau galėjo apskritai

įvertinti tiriamos įmonės teikiamų paslaugų kokybę. Todėl jiems buvo pateiktas klausimas „Kaip Jūs apskritai vertinate UAB Anykščių komunalinio ūkio paslaugų kokybę?“ ir 5 galimo atsakymo variantai: labai gerai, gerai, vidutiniškai, patenkinamai ir blogai (žr. 4 pav.).



4 pav. Kaip Jūs apskritai vertinate UAB Anykščių komunalinio ūkio paslaugų kokybę?

Daugiausiai – 32 %, respondentų tiriamos įmonės paslaugų kokybę vertina vidutiniškai. Taigi Anykščių komunalinio ūkio paslaugų kokybę vertinama vidutiniškai, todėl šios įmonės pagrindinė užduotis būtų tolesnis paslaugų kokybės tobulinimas per grįžtamąjį ryšį su paslaugų gavėjais.

Išvados

1. Paslaugos pasireiškia savitai bendradarbiaujant paslaugos teikėjui ir vartotojui, todėl be vartotojo ir teikėjo paslauga negali egzistuoti. Kai paslaugos yra ne daiktai, o veiksmų ir procesų darinys, jas sudėtinga apibūdinti vienareikšmiškai.

2. Vartotojo supratimas apie kokybę priklauso nuo asmeninio požiūrio ir to, koku būdu teikėjas suteikia paslaugas bei kaip jis elgiasi paslaugos teikimo metu, kokius veiksmus atlieka ir nuo kitų aplinkybių. Paslaugų kokybę suvokiama ir vertinama subjektyviai.

3. Kokybės apibrėžimai labiau orientuoti į vartotojų lūkesčių tenkinimą ir į pačius vartotojus bei paslaugų teikėjus. Tie kokybės apibrėžimai, kurie akcentuoja vartotojų poreikių patenkinimą, yra tinkamiausi apibūdinti paslaugų kokybei. Vertinant teikiamų paslaugų kokybę svarbiausia atsižvelgti į vartotojų požiūrį.

4. Aktyviausi atliktame tyrime 29–48 metų amžiaus grupės respondentai, didesnė jų dalis gyvena mieste ir turi aukštąjį išsilavinimą. Jiems yra svarbi paslaugų kokybė, jos vertinimas, todėl įmonė siekdama gerinti teikiamų paslaugų kokybę turėtų ieškoti grįžtamąjo ryšio galimybių būtent su šia respondentų amžiaus grupe.

5. Respondentų teigiamai vertinami tam tikri teikiamų paslaugų kokybės kriterijai, tokie kaip darbuotojų išvaizda, darbo aplinka, kompetencija, aptarnavimo greitis etc., rodo, kad vartotojams svarbi funkcinė ir techninė teikiamų paslaugų kokybė.

6. Didžioji dalis respondentų įmonės teikiamų paslaugų kokybę vertino labiau neiigiamai dėl prasto pačios įmonės įvaizdžio, aukštos teikiamų paslaugų kainos, prastų personalo bendravimo įgūdžių, neišsamios informacijos pateikiamos įmonės svetainėje etc.

7. Didžioji dalis respondentų, susidūrusi su nekokybiška paslauga, nebando susisiekti su paslaugų teikėjais ir jiems pranešti apie nekokybiškas paslaugas tam, kad vėliau būtų galima išvengti nesklandumų. Tačiau maža dalis respondentų, kuri kreipėsi į įmonę su tikslu pateikti skundą ar išsakyti nepasitenkinimą, dažniausiai iš darbuotojų sulaukdavo abejingumo, kadangi nekreipiama dėmesio į jų skundus ir nepasitenkinimą paslaugų kokybe. Tai patvirtina grįžtamojo ryšio su paslaugų gavėjais stoka.

8. Apibendrinant tyrimo duomenis galima teigti, kad įmonės teikiamų paslaugų kokybė iš dalies atitinka taikomus įkainius ir vartotojų lūkesčius, o įmonės teikiamų paslaugų kokybė vertinama vidutiniškai.

9. Siekiant gerinti grįžtamąjį ryšį su paslaugų gavėjais įmonės darbuotojams rekomenduojama pasirūpinti interneto svetainėje teikiamos informacijos kokybe, kadangi informacija šios įmonės interneto svetainėje vartotojų požiūriu nėra išsami. Tikslinga reklamuoti pačią svetainę, kadangi dalis respondentų teikė siūlymą ją sukurti; svetainėje pateikti aiškią informaciją apie teikiamų paslaugų kainų struktūrą; organizuoti darbuotojų bendravimo įgūdžių lavinimo kursus ir gerinti įmonės įvaizdį, vykdant reguliarius tyrimus, susijusius su vartotojų pasitenkinimu įmonės teikiamomis paslaugomis.

Literatūra

1. Bagdonienė L., Hopenienė R. *Paslaugų marketingas ir vadyba*: vadovėlis. Kaunas: Technologija, 2005.
2. Barlow J., Møller C. *Skundas – tai dovana. Klientų atsiliepimai – kaip strateginis įrankis*. Vilnius: Alma littera, 2007, 280 p.
3. Casimir C., Barczyk. *Visuotinės kokybės vadyba*: monografija. Vilnius: Technika, 1999.
4. Cornu, Ec. G. Quality Management System, Service Quality Factor. *Revista de Management și Inginerie Economică*, 2006, 10(4), 175–186.
5. Čereška A., Pauža V. *Kokybės analizė ir valdymas*: mokomoji knyga. Vilnius: Technika, 2005.
6. Dikavičius V., Stoškus S. *Visuotinės kokybės vadyba*: mokomoji knyga. Kaunas: Technologija, 2003.
7. Kindurys V. *Paslaugų marketingas*: mokomoji knyga studentams ir verslininkams. Vilnius: Lietuvos sporto informacijos centras, 2002, 193 p.
8. Kotler Ph., Keller K. L. *Marketingo valdymo pagrindai*. Klaipėda: Logitema, 2007.
9. Langvinienė N., Vengrienė B. *Paslaugų teorija ir praktika*: vadovėlis. Kaunas: Technologija, 2008, 21 p.
10. Medekšas H. *Gaminių kokybė ir patikimumas*: vadovėlis. Kaunas: Technologija, 2003, 279 p.
11. Ofner G. *Bendravimo su klientais vadyba ir tiekimo valdymas elektroninėje prekyboje*: vadovėlis. Kaunas: Technologija, 2004, 89 p.
12. Pranulis V. ir kt. *Marketingas*. Vilnius: The Baltic Press, 2000, 469 p.
13. Pranulis V. ir kt. *Marketingas*. Vilnius: Garnelis, 2008.

14. Raipa A., Urbonavičius D. *Visuotinės kokybės vadyba viešajame sektoriuje*: monografija. Kaunas: Technologija, 2001.
15. Rosen E. D. *Viešojo sektoriaus produktyvumo didinimas*. Vilnius: Knygiai, 2007, 251 p.
16. Ruževičius J. *Kokybės vadybos metodai ir modeliai*: vadovėlis. Vilnius: Vilniaus universitetas, 2006.
17. Slatkevičienė G. Kokybės ir kokybės vadybos sąvokų analizė. *Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, 1998, p. 121–128.
18. Šalkauskienė L. ir kt. *Komandinis darbas paslaugų sferoje*: mokomoji knyga. Šiauliai: Lucilijus, 2006, 68 p.
19. Tam, J. et al. Customer Satisfaction, Service Quality and Perceived Value: An Integrative Model. *Journal of Marketing Management*, 2004, 20 (7/8), 897–917.
20. Vainienė R. *Ekonomikos terminų žodynas*. Vilnius: Tyto alba, 2005, 208 p.
21. Vengrienė B. *Paslaugų vadyba*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2006.
22. Vitkienė E. *Paslaugų marketingas*. Klaipėda: Klaipėdos universitetas, 2004, 127 p.
23. Žalimienė L. *Socialinės paslaugos*: mokomoji knyga. Vilnius: Vilniaus universitetas, Specialiosios psichologijos laboratorija, 2003.
24. Žičkienė, S., Dasevskienė, I. Implementation of quality management systems: changes in personnel management. *Social Research*, 2009, 3 (17),
25. Žostautienė D., Čerkauskytė R. Prekybinės įmonės kokybės gerinimo kryptys ir priemonės. *Ekonomika ir vadyba*, 2007, 12.

Aleksandras Patapas, Vilma Vilutytė-Žilienė

Assessment of Quality of Services Provided by Anyksčiai Utilities from a Consumer Perspective

Abstract

Public service plays a significant role in our everyday lives. Lately, the issue of quality of public service provision has become increasingly relevant for the society. The society is becoming more demanding and increasingly interested in the issues relevant to it and related to the public service quality; consequently, it hopes, expects and requires better quality of service. A guarantee of consumer satisfaction with the service quality is often prevented by the lack of sufficient knowledge on consumer needs and values.

The aim of this article is to assess the quality of services provided by Anyksčiai Utilities from a consumer perspective. The authors seek to analyse the existing situation, also to explore and evaluate the quality of the public services provided, and to reveal the opportunities to improve their provision.

Aleksandras Patapas – Mykolo Romerio universiteto Politikos ir vadybos fakulteto Viešojo administravimo katedros docentas, humanitarinių mokslų daktaras.

E. paštas: patapas@mruni.eu

Vilma Vilutytė-Žilienė – Mykolo Romerio universiteto Politikos ir vadybos fakulteto Viešojo administravimo magistrė.

E. paštas: v.vilutyte.ziliene@gmail.com

Aleksandras Patapas, Doctor of Humanities, Associate Professor at the Department of Public Administration, Faculty of Policy and Management, Mykolas Romeris University.

E-mail: patapas@mruni.eu

Vilma Vilutytė-Žilienė, Master of Public Administration, Faculty of Policy and Management, Mykolas Romeris University.

E-mail: v.vilutyte.ziliene@gmail.com

Straipsnis įteiktas redakcijai 2013 m. balandžio mėn.; recenzuotas; parengtas spaudai 2013 m. gegužės mėn.