



22-osios jaunųjų mokslininkų konferencijos „Mokslas – Lietuvos ateitis“ teminės konferencijos
TRANSPORTO INŽINERIJA IR VADYBA,
vykusios 2019 m. lapkričio 22-23 d. Vilniuje, straipsnių rinkinys

Proceedings of the 22th Conference for Junior Researchers 'Science – Future of Lithuania'
TRANSPORT ENGINEERING AND MANAGEMENT, 22-23 November 2019, Vilnius, Lithuania

Сборник статей 22-й конференции молодых ученых «Наука – будущее Литвы»
ИНЖЕНЕРИЯ ТРАНСПОРТА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРЕВОЗОК, 22-23 ноябрь 2019 г., Вильнюс, Литва

SERVQUAL METODIKOS PRITAIKOMUMAS TYRIANT LIETUVOS SANDĖLIAVIMO PASLAUGŲ KOKYBĘ

Marius Kaminskas¹, Virginija Vasilienė-Vasiliauskienė²

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Transporto inžinerijos fakultetas, Vilnius, Lietuva

El. paštas: ²virgilija.vasiliene-vasiliauskiene@vgtu.lt

Santrauka. Šiomis dienomis, vis dažniau verslas tampa nenuspėjamu, todėl didėjant rinkai, didėja ir įvairių medžiagų, informacijos bei materialūs srutai, kuriuos reikia optimaliai planuoti, organizuoti bei valdyti, o siekiant sėkmingos veiklos reikia pasitelkti logistines paslaugas. Svarbiausias iššūkis verslui vis dar yra paslaugų kokybė, vienas iš svarbiausių aspektų klientams. Kokybę apibūdinti nėra lengva, nes ji gali būti suvokta visiškai skirtingai. Vieni kokybę vertina išoriškai, tam tikrais faktais, o kiti remiasi patirtimi, lūkesčiais ar emocijomis. Šiomis dienomis daug Lietuvos įmonių teikia sandėliavimo paslaugas. Kadangi rinkoje yra nemažai tokių įmonių, todėl ir jų teikiama paslaugų kokybė skiriasi. Nagrinėjant sandėliavimo paslaugų kokybės modelius, nėra nustatyta, kuris modelis yra pats tinkamiausias. Siekiant jį nustatyti, reikia įvertinti atskirtį tarp vartotojų laukiamos ir patiriamos sandėliavimo paslaugų kokybės, šiam tikslui reikia atlikti vartotojų, kurie naudojami sandėliavimo paslaugomis, apklausos analizę ir taip nustatyti labiausiai tobulintinus veiksnius.

Reikšminiai žodžiai: materialūs srutai, logistinės paslaugos, kokybė.

Įvadas

Vienas iš svarbiausių uždavinių norint įgyti ir išlaikyti didesnę klientų pasitenkinimą, bei siekiant aukštesnės kokybės, verslui yra labai svarbu žinoti kaip teisingai paskirstyti turimus išteklius, kad teikiama paslaugų kokybė išliktų nepriekaištinga. O norint priimti teisingus sprendimus reikia išmanyti kaip skirtingi klientai suvokia skirtingus kokybės kriterijus ir koks yra ryšys ar suderinamumas tarp šių kriterijų. Verslui, kokybės vertinimas yra labai reikalingas, nes kuo geresni vertinimai, tuo didesnė konkurencija. Įmonės norėdamos padidinti savo veiklos efektyvumą, turi būti konkurencingos, visada stebėti rinką, jos pokyčius bei norėti būti geriausiomis. Vykdamai, didėja logistikos paslaugų kokybės poreikis, kuris gali lemti įmonės pelningumą, bei efektyvumą. Šių dienų vartotojui kokybė yra vienas iš svarbiausių kriterijų, vartotojai tampa sąmoningesni, todėl įmonės sėkmė priklauso nuo to, kaip ji gali pritraukti vartotoją savo kokybiškais paslaugomis

Sandėliavimo paslaugų kokybės samprata

Įmonės teikiančios siūlančios vienokias ar kitokias paslaugas, turi suprasti, kad sėkmės garantas, siekiant išsiskirti iš kitų, bei verslą padaryti pelningu, susideda iš šių trijų elementų – teikiamų paslaugų kokybė, esamo vartotojo pasitenkinimas, bei jo lojalumas.

Pasak Adamu (2017) paslaugų kokybės koncepcija gavo daug dėmesio iš mokslininkų ir praktikų. Verslo ap-

linkoje kliento vaidmuo keičiasi – paslaugų kokybė teikiama kaip prioritetas organizacijai. Klientams skirta strategija tapo konkurencinio pranašumo ir organizacijų išlikimo priemone. Be to, verslas suprato, kad paslaugų kokybė yra esminis dėmesys organizacijoje kuriant ir įgyvendinant į klientą orientuotą strategiją. Adamu (2017) teigia, kad klientų pasitenkinimas yra labai svarbus norint pritraukti naujus klientus ir išlaikyti esamus klientus ir paslaugų kokybė susijusi su bendru paslaugų vertinimu.

Paslaugų kokybė šiomis dienomis tampa viena iš esminių rodiklių didinančių konkurenciją ir kiekvieno verslo sėkmė priklauso nuo talento pateikti geresnės kokybės paslaugą. Gerus rezultatus įmonės pavyksta pasiekti dėl gamybos technologijų, kurių dėka vis daugiau lėšų skiriama paslaugoms, kurios vis labiau tampa privaloma priemone, norint įgyvendinti siekius ir gerinti ekonominę gerovę.

Paslaugų neatsiejamumas reiškia, kad paslaugos gaminamos ir vartojamos vienu metu. Heterogeniškumas reiškia, kad paslaugų teikimo našumas labai priklauso nuo kitos paslaugos elemento, priklauso nuo to, kas jas teikia, kada ir kur jos teikiamos. Galiausiai trumpalaikiškumas suprantamas kaip paslaugos, kurios turi būti suteiktos tik tam tikru metu. Technologijų augimas daro didelę įtaką šioms keturioms paslaugų savybėms, kadangi visos paslaugų charakteristikos, turi būti pritaikytos technologijoms.

Pagal Fernandes ir Moori (2018) vienas iš būdų, norint užtikrinti, kad klientas liktų patenkintas, tai plėtoti pridėtinės vertės paslaugas. Kalbant apie kliento dalyvavimą tam

tikroje paslaugoje, reiškia, jog jis atlieka tam tikras operacijas, paslaugos atlikimo metu. Pasak Dong (2008) aktyvus kliento elgesys nėra būtinas visose paslaugose, o kad jis

būtų naudingas organizacijai ir klientui, verslas turi atitinkamai valdyti klientų dalyvavimą paslaugose, o ne tik naudotis tam tikromis aptarnavimo procedūromis. Skirtingose paslaugose, kliento dalyvavimo lygis skiriasi (1 lentelė).

Lentelė 1. Kliento dalyvavimo teikiamojo paslaugoje lygis (Dong 2008).

Veiksny Lygis	Rezultatas	Procesas	Vartotojo indėlis	Dalyvavimas
Žemas (klientas reikalingas teikiant paslaugą)	Standartizuotas	Paslaugos įsigijimas nesvarbus	Reikalingas tik sumokėjimas už paslaugą	Nebūtinai
Vidutinis (klientas reikalingas kuriant paslaugą)	Standartinė paslauga individualiam klientui	Paslaugos įsigijimas reikalingas	Reikalinga informacija apie norimą paslaugą	Klientas veikia kaip konsultantas, bei kokybės prižiūrėtojas
Aukštas (klientas kartu kuria paslaugą)	Išskirtinė paslauga individualiam klientui	Paslauga negalima be kliento įsigijimo	Privalomas kuriant rezultata	Klientas įvertina paslaugų poreikį, kuria bei prisideda prie paslaugų

Paslaugų kokybė yra vienas svarbiausių veiksnių įmonėje, lemiantis augimą, didinantis konkurenciją bei leidžiantis išlikti rinkoje. Taip pat galima drąsiai teigti, kad yra daug skirtingų paslaugų savybių, kurios skirtingiems klientams, skirtingai svarbios. Būtent dėl šios priežasties, kyla daug klausimų: kokiais kriterijais remtis teikiant paslaugas, kaip išlaikyti kokybę, greitai besikeičiančioje rinkoje ir kaip pritaikyti paslaugas klientams, kad jie būtų maksimaliai patenkinti. Bet taip pat svarbu išsiaiškinti, kaip paslaugų kokybė vertinama logistikoje.

Išnaudodama visas logistines galimybes įmonė gali išvystyti aukšto lygio paslaugų kokybę.

Paslaugų kokybės vertinimas SERVQUAL metodika remiantis Korda ir Snj (2010):

1. Apčiuopiamumas – aplinka, kuri susideda iš dizaino ir darbuotojų išvaizdos;
2. Patikimumas – kaip paslaugos teikėjas tiksliai vykdo savo įsipareigojimus, teikti tiksliai ir patikimas paslaugas;
3. Reagavimas – kaip greitai paslaugos teikėjas įvykdo tikslų ir efektyvų paslaugos atlikimą;
4. Tikrumas – visi aspektai, kurie leidžia vartotojams pasitikėti paslaugos tiekėju, tai gali būti – ilgas darbo stažas, paslaugos išmanymas, elgesys, mandagumas;
5. Empatija – kaip paslaugos tiekėjas sugeba būti lankstus ir kiekvienam vartotojui sugebėti teikti būtent jam reikalingas paslaugas.

Tačiau, šis modelis turi ir trūkumų, kaip nurodo Brady ir Cronin (2001), tai yra vartotojų lūkesčių sąvokos neapibrėžtumas. Nepaisant to SERVQUAL metodas vis tiek yra efektyvus ir leidžia parodyti organizacijos stipriąsias ir silpnąsias paslaugų kokybės savybes.

Skirtinguose šaltiniuose galima rasti skirtingus SERVQUAL metodikos taikymo variantus, tačiau Fitzsimmons (2011) teigia, kad svarbiausia SERVQUAL yra stebėti atitinkamos paslaugos kokybę ir jos kitimą per periodines vartotojų apklausas.

Siekiant gero vartotojų įvertinimo už teikiamas paslaugas, įmonės negali sustoti tobulinti savo veikla, ypač kai rinkoje dalyvauja daug panašias paslaugas teikiančių įmonių, konkurencija yra labai didelė.

Atlikus mokslinės literatūros analizę išaiškėjo, jog dažnai, kalbant apie logistikos paslaugų kokybę, didžiausias dėmesys skiriamas klientų vertinimui, bet realybėje norint iširti ir nustatyti paslaugų kokybę, reikia atsižvelgti tiek į paslaugų teikėją, tiek į klientų perspektyvą. Dažniausiai naudojamas ir tikslingiausias paslaugos kokybės modelis yra SERVQUAL, kuris leidžia įvertinti kliento lūkesčius ir nustatyti kliento suvokiamą kokybę. Taip randami reikšmingiausi veiksniai vertinant paslaugos kokybę, bei paslaugos teikėją. Remdamasis mokslinę literatūrą iš sandėliavimo paslaugos kokybės gerinimo kriterijų sudariau lentelę (2 lentelė), kuri parodo, kuris autorius kaip apibūdina paslaugų kokybės kriterijus.

Lentelė 2. Vertinimo kriterijai (sudaryta autoriaus).

Autoriai	Suhaiza ir Shima (2018)	Mahesh ir Asoke (2012)	Khudri ir Sultana (2015)	Nelson ir Peter (2005)
SERVQUAL				
Apčiuopiamumas		Kaina; Naudos dydis;	Vaizdas /pateikimas;	Prieinamumas
Patikimumas	Punktualumas; Gavimo kokybė; Pro- cedūros kokybė;	Privatumas; Standartai; Saugumas	Patikimumas; Susitarimų laikymasis;	Patikimumas;
Reagavimas	Lankstumas; Korekciniai veiksmai;		Problemų sprendimas	Lankstumas; Atsakymo laikas;
Dėmesingumas	Personalo kokybė; Informacijos kokybė;			
Individualumas	Pasitenkinimas; Paslaugų įvairovė;		Asmeninis bendravimas;	

Kaip matome iš lentelės (2 lentelė) yra daug sandėliavimo paslaugų kokybės vertinimo kriterijų, o norint nustatyti, kurie yra patys svarbiausi tiek klientams tiek tiekėjams, reikia sužinoti abiejų pusių nuomones. Remiantis šiais argumentais, buvo pasirinkta SERVQUAL metodika matuoti teikiamų paslaugų kokybę Lietuvos logistikos įmonių teikiamų sandėliavimo paslaugoms.

Sandėliavimo paslaugų tyrimas

Dažniausiai visi yra linkę vertinti jau atliktos paslaugos kokybę, bet niekas neišsiaiškina, ko tikisi klientas iš paslaugos, prieš ją gaudamas. Dėl to nėra aišku, į kuriuos paslaugos kokybei įtakos turinčius veiksnius, logistikos paslaugos teikėjas turi susikoncentruoti, atitinkamai pagal kiekvieno kliento poreikius.

Taigi, hipotezė iškeliami siekiant patvirtinti arba paneigti nuomonę, kad klientų lūkesčiai yra didesni nei nauda (kokybė), kurią jie iš tiesų gauna iš logistikos paslaugų teikėjo.

H_1 – Kliento lūkesčiai vertinami aukščiau nei iš tiesų gaunama nauda (patirtis).

Ši hipotezė gaunama, pagrindžiant ją penkiais SERVQUAL vertinimo rodikliais. Ji suformuluota taip, kad po tyrimo galima būtų nustatyti, kuris rodiklis turi didžiausią įtaką logistikos paslaugų kokybei. Ši hipotezė rodo priežastinį ryšį tarp penkių SERVQUAL skalės veiksnių: apčiuopiamumo, patikimumo, reagavimo, dėmesingumo (garantijos), individualumo ir kliento bendro pasitenkinimo paslauga. Pasitenkinimas nustatomas pirmiausiai vertinant kliento lūkesčius, kurių jis tikisi iš logistikos paslaugų teikėjo bei suvokiamą kokybę, kurią klientas gauna iš logistikos paslaugų teikėjo.

Įvertinti Lietuvos logistikos įmonių teikiamos sandėliavimo paslaugos kokybei ir patvirtinti arba paneigti išsiskeltą hipotezę bus naudojamas kiekybinis tyrimas. Imties dydis nustatomas naudojant imties dydžio skaičiuoklę. Naudojama Kardelio ir Sapagovo (1998) bei Dikčiaus (2006) pasiūlyta formulė:

$$n = \frac{z^2 \times S^2}{\left(1 - \frac{1}{N}\right) \times \Delta^2 + \frac{z^2 \times S^2}{N}} \quad (1)$$

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2 \times S^2}{\left(1 - \frac{1}{N}\right) \times \Delta^2 + \frac{z^2 \times S^2}{N}} \\ &= \frac{1,959^2 \times 50^2}{\left(1 - \frac{1}{4037}\right) \times 5^2 + \frac{1,959^2 \times 50^2}{4037}} \\ &= \frac{9594,2025}{27,3339} = 351 \text{ respondentai} \end{aligned}$$

Pagal esamas galimybes, respondentai atrenkami pagal neatsitiktinę atranką – apklausiami lengviausiai pasiekiami respondentai iš turimo respondentų sąrašo.

Tyrimo atlikimui buvo sudaryta anoniminė anketa pagal SERVQUAL metodiką, kurios pagalba norima išmatuoti teikiamų paslaugų kokybę Lietuvos logistikos sandėliavimo įmonėse. Kadangi anketa yra anonimiška, tikėtina, kad joje pateikti atsakymai yra objektyvūs, teisingi ir patikimi.

Rezultatai

Taigi, atlikus tyrimą pagal SERVQUAL metodą, bei išanalizavus klientų pasitenkinimą paslaugos kokybės elementais, matoma, kad yra pakankamas didelis atotrūkis tarp realiai patirtų paslaugų kokybės ir logistikos įmonių lūkesčių vertinimo. Ši tendencinga pastebima visiems penkiems SERVQUAL kriterijams.

Apžvelgus tyrimo rezultatus, mažiausias neatitikimas gautas vertinant patikimumo kriterijų, privatumo teiginį, tarp kurio patirtos kokybės ir lūkesčių skirtumas 1,43 balo. Didžiausias skirtumas yra vertinant apčiuopiamumo kriterijau teiginį, apie nedidelę paslaugų kainą, kuris yra 2,13.

Pagal gautus atsakymus galime teigti, kad logistikos įmonių lūkesčiai atspindi tik subjektyviąją gaunamų paslaugų kokybės pusę. Vertinant teikiamų paslaugų kokybę Lietuvos logistikos įmonių sandėliavimo paslaugose, matome, kad klientų lūkesčiai, beveik per pusę didesni už patirtą paslaugų kokybę. Galimai, šie rezultatai yra tokie, nes didžioji dalis logistikos įmonių, bendradarbiauja su užsienio sandėliavimo įmonėmis ir lygina jas su teikiamomis Lietuvoje.

Pagal gautus rezultatus, pastebima, kad Lietuvoje sandėliavimo paslaugų kainą yra per didelę, taip pat sandėliuose dirba labai mažai kvalifikuotų specialistų, kurie nesilaiko klientų aptarnavimo politikos bei standartų ir yra didelis poreikis, kad paslauga būtų suteikta greitai ir tiksliai. Tačiau, galime daryti išvadą, kad po pasikeitusio, asmens duomenų apsaugos įstatymo, sandėliavimo paslaugas teikiančios įmonės, rimtai pažiūrėjo į šį pakeitimą ir pradėjo jį taikyti savo veikloje. Taip pat Lietuvoje sandėliavimo įmonių darbo laikas yra patogus logistikos įmonėms, sandėliavimo įmonės klientams leidžia jaustis komfortiškai, nes suteikia galimybę sandėliuoti bet kokio tipo produktus ir, žinoma, dėl gero atsargų valdymo bei greito informacijos suteikimo. Taip pat pagal tyrimo rezultatus, galima pamatyti, jos sandėliavimo įmonės turi neprastą sandėliavimo įrangą, tačiau logistikos įmonės nebūtų prieš, jei įranga atsinaujintų, jų nuomonė, tai leistų sandėliavimo paslaugas atlikti žymiai greičiau.

Išvados

Logistikos paslaugų kokybei nustatyti, didžiausias dėmesys skiriamas klientų vertinimui, bet realybėje norint ištirti ir nustatyti realią paslaugų kokybę, reikia atsivėlgti tiek į paslaugų teikėją, tiek į klientų perspektyvą;

SERVQUAL vertinimas parodė jog Lietuvoje logistikos įmonių teikiamų sandėliavimo paslaugų kaina vis dar per didelė, sandėliuose už mažą atlyginimą, dažniausiai dirba nekvalifikuoti darbuotojai ir dažniausiai sandėlio vadovybė nėra nustačiusi klientų aptarnavimo politikos ar įdiegusi aptarnavimo standarto

Literatūra

- Adamu, M. 2017. *An Overview of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*. University Bakht-al Rudah Sudan;
- Barbara, A.; Mahesh, S.; Asoke, D. 2012. RFID adoption and implementation in warehousing.

- Dong, B.; Evans, K. R.; Zou S. 2008. The Effects of Customer Participation in Co-created Service Recovery. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Fernandes, D. W.; Moori, R. G.; Filho, V. A. V. 2018. *Logistic service quality as a mediator between logistics capabilities and customer satisfaction*. *Revista de Gestão*;
- Khudri, M.; Sultana S. 2015. Determinants of service quality and impact of service quality and consumer characteristics on channel selection. *British Food Journal*.
- Nelson, R.; Peter, A. 2005. Antecedents of Information and System Quality.
- Suhaiza, Z.; Shima, J., Mohammad, I.; Davoud, N. 2018. Halal logistics service quality: conceptual model and empirical evidence. *British Food Journal*.