

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA**

Modestas PRANAİTIS
Verslo administravimo studijų programos studentas

**UAB “GUARANA” TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĖS
VERTINIMAS**

Bakalauro baigiamasis darbas

2016, Šiauliai

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA

Modestas PRANAİTIS

UAB “GUARANA” TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĖS
VERTINIMAS

Bakalauro baigiamasis darbas
Socialiniai mokslai, verslas (N100)

Darbo vadovė:

lekt. Ineta BENIUŠIENĖ

Teigiu, kad bakalauro studijų baigiamasis darbas, kurį teikiu verslo bakalauro kvalifikaciniam laipsniui įgyti yra originalus autorinis darbas.

(Studento parašas)

Pranaitis, M. (2016). UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybės vertinimas: universitetinių pagrindinių studijų vadybos administravimo programos baigiamasis darbas. Baigiamojo darbo vadovas lekt. I. Beniušienė, Šiaulių universitetas, Vadybos katedra, 50 p. (60 p.).

SANTRAUKA

Bakalauro baigiamajame darbe nagrinėjami aukštą klientų aptarnavimo lygį sąlygojantys veiksniai, optimali teikiamų paslaugų kokybė bei įvairios paslaugų kokybę veikiančios gerinimo priemonės. Analizuojant kokybės sampratą, paslaugų kokybės svarbą, paslaugų kokybės vertinimo modelius šiame darbe siekiama išanalizuoti UAB „Guarana“ klientų nuomonę apie įmonės teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybę, bei ją įtakančius veiksnius, kurie sąlyga įmonės veiklos rezultatus. Teorinėje dalyje aptariama kokybės samprata, analizuojama paslaugų kokybė ir paslaugų kokybės vertinimo modeliai, atliekama paslaugų kokybės vertinimo veiksnių analizė.

Tyrimo metu, remiantis tyrimo instrumentu – anonimine anketa, analizuojama UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybė, vertinami teikiamas paslaugas sąlygojantys veiksniai. Atsižvelgiant į mokslinės literatūros analizę, tyrimo rezultatus ir išvadas, pateikiamos rekomendacijos UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybei gerinti bei tobulinti.

Raktiniai žodžiai: teikiamų paslaugų kokybė, paslaugų kokybės vertinimo modeliai, laikinojo įdarbinimo paslaugos.

Pranaitis, M. (2016). UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybės vertinimas: universitetinių pagrindinių studijų vadybos administravimo programos baigiamasis darbas. Baigiamojo darbo vadovas lekt. I. Beniušienė, Šiaulių universitetas, Vadybos katedra, 50 p. (60 p.).

SUMMARY

High level of customer service, the optimal quality of services is one of the most important factors for the organization to operate effectively and competitively in the constantly changing business environment. Organizations create a range of measures to improve the quality of services in order to increase the operational efficiency and to attract and to retain loyal customers. The analysis of the quality concept, the importance of service quality, service quality evaluation models is the aim in this work that analyze JSC „Guarana“ customer opinion about company temporary employment services quality and key factors that effect company's business performance. The theoretical part presents the concept of quality and analyse service quality and service quality evaluation models. This part present performed for quality assessment analysis.

The study based on anonymous survey instrument questionnaire is analysed JSC „Guarana“ quality of service and is valued quality services determinants. At the end of the study are presented the results and findings and are given the recommendations for JSC „Guarana“ to improve the quality of services.

Keywords: the quality of service, service quality evaluation models, the temporary employment services.

TURINYS

IVADAS.....	8
1. PASLAUGŲ KOKYBĖS TEORINĖ ANALIZĖ.....	10
1.1 Kokybės sampratos teorinių interpretacijų analizė	10
1.2 Paslaugų kokybės sąvokų analizė ir vertinimo svarba	12
1.3 Paslaugų kokybės vertinimo modelių teorinė analizė	15
1.4. Paslaugų kokybės vertinimo veiksnių analizė.....	18
2. UAB “GUARANA” TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĖS ANALIZĖ: KLIENTŲ NUOMONIŲ TYRIMAS	22
2.1 UAB “Guarana” pristatymas	22
2.2 Laikinojo įdarbinimo analizė	23
2.3 Tyrimo metodologijos pagrindimas	24
2.4 UAB “Guarana” teikiamų paslaugų kokybės vertinimo rezultatų analizė	29
2.4.1 Respondentų charakteristika	29
2.4.2 UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų klientų nuomonių analizė	31
2.4.3 UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų rezultatų analizė	35
2.4.3.1 Apčiuopiamumo kriterijaus vertinimo rezultatų analizė.....	38
2.4.3.2 Patikimumo kriterijaus vertinimo rezultatų analizė.....	40
2.4.3.3 Reagavimo kriterijaus vertinimo rezultatų analizė.....	41
2.4.3.4 Vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijaus vertinimo rezultatų analizė	42
2.4.3.5 Pasitikėjimo ir saugumo kriterijaus vertinimo rezultatų analizė.....	43
IŠVADOS.....	45
REKOMENDACIJOS.....	46
LITERATŪRA.....	47
PRIEDAI.....	51
1 priedas. Tyrimo instrumentas. Anketa.....	52
2 priedas. Apčiuopiamumo kriterijaus detalizuota rezultatų analizė.....	56
3 priedas. Patikimumo kriterijaus detalizuota rezultatų analizė.....	57
4 priedas. Reagavimo kriterijaus detalizuota rezultatų analizė.....	58
5 priedas. Vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijaus detalizuota rezultatų analizė.....	59
6 priedas. Pasitikėjimo ir saugumo kriterijaus detalizuota rezultatų analizė.....	60

LENTELĖS

1.1.1 lentelė. Kokybės sampratų teorinės interpretacijos	10
1.2.1 lentelė. Paslaugų kokybės sąvokų analizė	12
1.3.1 lentelė. Paslaugų kokybės vertinimo modeliai ir jų charakteristikos	16
2.2.1 lentelė. Tyrimo instrumento pagrindimas	25
2.4.1.1 lentelė. Demografinių rodiklių rezultatai	30
2.4.2.1 lentelė. Laikinojo įdarbinimo paslaugos pasirinkimo motyvai	31
2.4.2.2 lentelė. UAB „Guarana“ klientų pasitenkinimas laikinojo įdarbinimo paslaugomis	33
2.4.2.3 lentelė. UAB „Guarana“ klientų nuomonė vertinant kokybiškas paslaugas N=48	34
2.4.3.1 lentelė. UAB „Guarana“ bendras laukiamos ir patirtos paslaugų kokybės vertinimas N=48	36
2.4.3.2 lentelė. UAB „Guarana“ laukiamos ir patirtos paslaugų kokybės vertinimo nuokrypis N=48	38
2.4.3.1.1. lentelė. UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų apčiuopiamumo kriterijaus dimensijos vertinimas N=48	39
2.4.3.2.1 lentelė. UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų patikimumo kriterijaus dimensijos vertinimas N=48	40
2.4.3.3.1 lentelė. UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų reagavimo kriterijaus dimensijos vertinimas N=48	41
2.4.3.4.1. lentelė. UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijaus dimensijos vertinimas N=48	42
2.4.3.5.1. lentelė. UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų pasitikėjimo ir saugumo kriterijaus dimensijos vertinimas N=48	43

PAVEIKSLAI

1.1.1 pav. Apibendrintas kokybės vertinimas	11
1.2.1 pav. Paslaugų kokybės svarba	13
1.3.1 pav. Paslaugų kokybės modelių vertinimo kriterijai	18
1.4.1 pav. Teikiamų paslaugų kokybės vertinimo struktūra	20
2.2.1 pav. Tyrimo instrumento apčiuopiamumo vertinimo dimensija	26
2.2.2 pav. Tyrimo instrumento patikimumo vertinimo dimensija	27
2.2.3 pav. Tyrimo instrumento reagavimo vertinimo dimensija	27
2.2.4 pav. Tyrimo instrumento vartotojo pažinimo ir supratimo vertinimo dimensija	28
2.2.5 pav. Tyrimo instrumento pasitikėjimo ir saugumo vertinimo dimensija	28

IVADAS

Paslaugų kokybė tampa esminiu konkurenciniu pranašumu paslaugas teikinčių organizacijų sektoriuje. Dėl nuolat kintančių ekonominių, kultūrinių, socialinės aplinkos, teisinių veiksnių organizacinėje aplinkoje, išlikti konkurencingai ir stabiliai veikiančiai organizacijai tampa sunkia užduotimi. Anot Kaziliūno (2007) kvalifikuotas personalas ilginiui tampa svarbiu organizacijos pranašumo rodikliu, gebančiu didinti organizacijos bendradarbiavimo santykius su klientais, tokiu būdu kuriant pridėtinę vertę organizacijos teikiamų paslaugų kokybei.

Temos aktualumas. Dvidešimt pirmajame amžiuje, teikiamų paslaugų kokybė tapo svarbiu uždaviniu organizacijos vadovams ir visam personalui, kadangi aukštai vertinama teikiamų paslaugų kokybė turi stiprų poveikį jos verslo efektyvumui ir vartotojo ne vien pasitikėjimui, bet ir lojalumui (Titko, Lace, 2012). Šiandien paslaugų kokybės vertinimas yra būtinas siekiant būti konkurencingu pokyčių lydimyje rinkoje. Dikavičiaus, Stoškaus (2003) teigimu funkcinis organizacijos valdymas yra svarbus jos teikiamų paslaugų kokybei. Tuo tarpu paslauga, anot Bagdonienės, Hopenienės (2005) kuria santykius, kurių pasėkmė yra tarpusavio abipusis bendravimas ir ilginiui bendradarbiavimas. Chandrupatla (2010) sutinka, kad operatyvus reagavimas į vartotojų poreikius, visapusiškas jų patenkinimas didina teikiamų paslaugų vertę bei kokybę su pačiu vartotoju. Pažymima, kad teikiamų paslaugų kokybė priklauso nuo paslaugų teikėjo profesionalumo, kompetencijos ir paslaugos vartotojo pasitenkinimo, kas anot Kotler, Keller (2012) kuria organizacijos pridėtinę vertę, todėl tampa labai svarbu organizacijoms nustatyti kiekvienai individualiai kokia yra jų teikiamų paslaugų kokybė jų vartotojų klientų nuomone.

Tyrimo problema. Veiklos procesų efektyvumas, teikiamų paslaugų kokybiškumas didina organizacijos konkurencingumą. Anot Zeithaml, Bitner (2003) daugumos organizacijų konkurencingumo didinimo uždavinyje ryškėja tokia problema, kaip aukšta teikiamų paslaugų kokybė, kuri kuria organizacijos rezultatyvumą. Aptinkama nemažai mokslinių darbų apie paslaugų kokybę, tačiau pasigendama atliktų mokslinių tyrimų vertinant teikiamų paslaugų kokybę laikinojo įdarbinimo srityje, kurioje paslaugų kokybę daugeliu atveju sąlygoja nuolat besikeičiantis personalas. Kyla probleminis klausimas: Kaip palankiai ar nepalankiai vertinama UAB “Guarana” teikiamų paslaugų kokybė kuomet nuolat kinta laikinųjų darbuotojų skaičius bei ar teikiama paslaugų kokybė patenkina ir atitinka paslaugos vartotojų klientų lūkesčius?

Darbo tikslas. Išanalizuoti paslaugų kokybės vertinimo teorinius aspektus ir atlikti UAB “Guarana” klientų apklausą, siekiant išsiaiškinti įmonės teikiamų paslaugų kokybės vertinimą bei identifikuoti jį veikiančius veiksnius.

Darbo objektas. UAB “Guarana” teikiamų paslaugų kokybė.

Darbo uždaviniai:

1. Atlikti paslaugų kokybės sampratos teorinę analizę.
2. Išnagrinėti paslaugų kokybės vertinimo modelius.
3. Parengti UAB “Guarana” teikiamų paslaugų kokybės vertinimo tyrimo instrumentą ir atlikti anketinę apklausą.
4. Nustatyti “UAB “Guarana” teikiamų paslaugų vartotojų nuomonę apie įmonės teikiamų paslaugų kokybę.
5. Parengti išvadas ir rekomendacijas UAB “Guarana” teikiamų paslaugų kokybei gerinti.

Tyrimo metodai:

1. Mokslinės literatūros analizė, palyginimas, dokumentų analizė, informacijos apibendrinimas ir palyginimas.
2. Empirinėje darbo dalyje taikytas kiekybinis tyrimo metodas, anoniminė anketinė apklausa.

Darbo struktūra. Bakalauro baigiamąjį darbą sudaro dvi dalys. Pirmoje, teorinėje darbo dalyje analizuojama kokybės samprata, atskleidžiama paslaugų kokybės sąvokos. Taip pat atliekama paslaugų kokybės vertinimo modelių teorinė analizė. Antra darbo dalis atskleidžia bei pagrindžia darbo tyrime naudotą tyrimo metodologiją. Analizuojama UAB “Guarana” teikiamų paslaugų kokybė ir pateikiami tyrimo rezultatai apie UAB “Guarana” teikiamas paslaugas. Darbo pabaigoje yra pateikiamos išvados ir rekomendacijos.

Darbo praktinis reikšmingumas. Bakalauro baigiamojo darbo empirinis tyrimas atskleidžia UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybę, įmonės klientų lūkesčių patenkinimą. Tokio pobūdžio tyrimas įmonėje anksčiau nebuvo atliktas. Gauti rezultatai leis įmonės atstovams identifikuoti teikiamų paslaugų kokybės vertinimą jų vartotojų nuomone ir remiantis rekomendacijomis gerinti, tobulinti teikiamų paslaugų kokybę.

1. PASLAUGŲ KOKYBĖS TEORINĖ ANALIZĖ

1.1. Kokybės sampratos teorinių interpretacijų analizė

Kokybės sąvoka daugelio autorių apibūdinama ir apibrėžiama skirtingai, tačiau visi sutinka, kad kokybė yra gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų ypatybių visuma, kuri visapusiškai atitinka ir patenkina jų vartotojų esamus, ar trokštamus poreikius. Vartotojų poreikių žinojimas leidžia gerinti kokybę. 1.1.1 lentelė pateikia skirtingų mokslinių autorių kokybės sampratų interpretacijų analizę.

1.1.1 lentelė

Kokybės sampratų teorinės interpretacijos

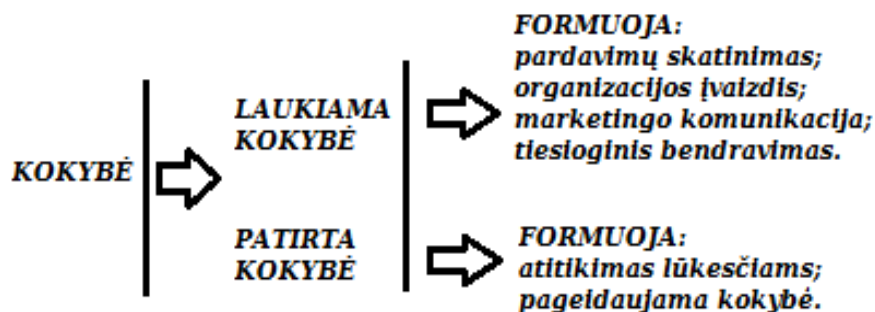
Autorius	Kokybės sąvokos interpretacija
Vitkienė (2008)	Kokybės sąvoka gretina kokybės standartų atitikimui, kuriuose išskiriamas vartotojų reikalavimas gaminiui ar teikiamai paslaugai.
Kotler, Keller (2012)	Kokybė apibūdinama kaip įrankis, kuris yra skirtas įvertinti vartotojų pasitenkinimą.
Ruževičius, Guseva (2006)	Kokybės sąvoka yra tapati vartotojų pasitenkinimo laipsniui.
Bagdonienė, Hopenienė (2009)	Kokybės žinojimas patenkina klientų, vartotojų poreikius.
Žostautienė, Čerkauskytė, Clotey (2007)	Kokybės sąvoka yra dinamiška, kuri priklauso nuo kokybės objekto bei keliamų ir sprendžiamų uždavinių jai identifikuoti.
Pociūtė (2004)	Kokybė atskleidžia produkto ar paslaugos požymius, kuriuos galima klasifikuoti į dalis, kurios lengviau leidžia atskleisti vartotojų poreikius ir tenkinti jų lūkesčius.
Jewell (2009)	Kokybė yra apibūdinama kaip teikiamos paslaugos rezultatas ir atskleidžia vartotojo motyvus dėl kurių jis pasirinko tam tikrą paslaugą.
Vengrienė (2006)	Kokybė yra apibrėžiama kaip santykis tarp patirtos ir laukiamos kokybės.

Analizuojant kokybės sampratą, taip pat sutinkama, kad kokybė daugumos autorių yra suvokiama kaip pasitenkinimo pusiausvyra tarp paslaugos teikėjo ir vartotojo. Mokslininkai sutinka, kad teikiamų paslaugų kokybei vertinti įtaką daro teikiamų paslaugų kaina, kuri ir apjungia kokybės vertės ir kainos balansą. Anot Hung, Huang, Chen (2003) kokybė kuria konkurencingumą, bei teigiamas jos įvertinimas didina vartotojų pasitenkinimą. Šimkus, Pilenienė (2010) kokybės sąvoką interpretuoja per tris skirtingas kryptis:

1. Pirmiausia kokybė analizuoja organizacijos teikiamų paslaugų specifikaciją, išskirtinumą;

2. Kokybė leidžia identifikuoti paslaugos kūrimo etapo kokybę;
3. Kokybė atskleidžia vartotojo pasitenkinimo lygį kiek suteiktos paslaugos atitiko jo lūkesčius ir poreikius.

Mokslinių autorių (Šimkus, Pilenienė, 2010; Jewell, 2009; Bagdonienė, Hopenienė 2009 ir kt.) tyrimų rezultatai atskleidžia kokybės vertinimų skirtingas interpretacijas, būdus ir metodus. Tačiau, anot Gilmore (2003), Bagdonienės, Hopenienės (2009) paslaugų kokybė yra įvertinama palyginus vartotojų lūkesčius su gautu ir pageidautu rezultatu. Tuo tarpu Vengrienė (2006) pažymi, kad vartotojo suprantama kokybė yra identifikuojama kaip vartotojo pageidaujama, tikėtina kokybė (žr. 1.1.1 pav.).



1.1.1 pav. Apibendrintas kokybės vertinimas

Šaltinis: parengta autoriaus remiantis Vengrienė (2006)

Analizuojant 1.1.1 pav. apibendrintą kokybės vertinimą galima teigti, kad Vengrienė (2006) teikiamų paslaugų kokybę analizuoja išskiriant laukiamą ir patiriamą kokybes atskirai. Anot autorės, laukiamą kokybę sąlygoja ją kuriantys paslaugų teikėjai, tiesioginis bendravimas ir bendradarbiavimas, marketingo komunikacija ir kt. veiksniai. Tuo tarpu patirtą kokybę sąlygoja atitikimas lūkesčiams ir trokštama, pageidaujama kokybė. Autoriai išskiria vartotojų lūkesčius, kaip kokybės vertinimo indikatorių sąlygojantį vartotojų pasitenkinimo lygį. Taip pat pažymėtina, kad patirta kokybė ne visuomet yra tapati gautai kokybei. Tokiu atveju, atotrūkis tarp laukiamos ir patirtos teikiamų paslaugų kokybės vertinimo ir atskleidžia paslaugų vartotojų pasitenkinimą arba nepasitenkinimą patirta paslauga.

Apibendrinant kokybės sampratų interpretacijų įvairovę aptinkama nemažai tapatumų, bet taip pat pažymima, kad vis dėlto, pagrindinis kokybės tikslas yra tenkinti jos vartotojo lūkesčius ir poreikius. Tuo tarpu laikiamos ir patirtos kokybės sąsaja ir lemia organizacijų konkurencinį pranašumą, bei aukštą vartotojo pasitenkinimo lygį.

1.2. Paslaugų kokybės sąvokų analizė ir vertinimo svarba

Paslaugų kokybė jos vartotojams yra svarbus reiškinys, kuris ilgainiui nuolat kintančioje aplinkoje privalo būti ne tik aukštai vertinamas, bet ir viršijantis jų vartotojų trokštamus lūkesčius. Šiandien sparčiai vystantis technologiniams procesams, teikiamų paslaugų kokybė susiduria su išskirtiniais iššūkiais, prie kurių tempo būtina prisitaikyti. Galima konstatuoti, kad vartotojų trokštama paslaugų kokybė ne tik privalo atitikti jų lūkesčius, bet ilgainiui ir juos viršyti. Žvirblis (2007) sutinka, kad teikiamų paslaugų kokybė nuolat besikeičiančioje rinkoje tampa svarbiu konkurencinio pranašumo įrankiu. Bertašius (2007) priduria, kad paslaugos ir jų kokybė globalioje rinkoje yra vienas iš svarbiausių ekonomikos plėtrą sąlygojančių tendencijų.

Analizuojant paslaugų kokybės sąvokas aptinkama skirtingų interpretacijų įvairovių. Dovalienė, Gadeikienė, Piligrimienė (2007), Moxham, Viseman (2009) ir kt. paslaugų kokybę traktuoja objektyvia ir subjektyvia. Vienu atveju, kuomet teikiamų paslaugų kokybė yra apibrėžiama objektyvia yra sutinkama, kad ji susijusi su apčiuopiamumu, kurį galima išmatuoti. Tuo tarpu subjektyvią teikiamų paslaugų kokybę yra apibrėžiama kaip jos vartotojų norimą, trokštamą paslaugų kokybę, kuri ne tik yra įsivaizduojama, bet kartu ir išgyvenama (Pilelienė, Šimkus, 2010).

Paslaugų kokybės sąvokos artimos kokybės sąvokoms, kurios kartu yra tapatinamos ir apibrėžiamos kaip paslaugų kokybės atitikimas jos vartotojų poreikiams ir lūkesčiams. Taip pat paslaugų kokybė apibrėžiama kaip suvokiama paslaugų kokybė ir gauta paslaugų kokybė. Tokiu atveju, kuomet vartotojo lūkesčiai viršija suvokiamą paslaugų kokybę, tuomet jos vartotojo pasitenkinimo lygis yra žemas.

Analizuojant paslaugų kokybę ir svarbu identifikuoti paslaugų kokybės sąvokų įvairovę, kuri pateikiama 1.2.1 lentelėje.

1.2.1 lentelė

Paslaugų kokybės sąvokų analizė

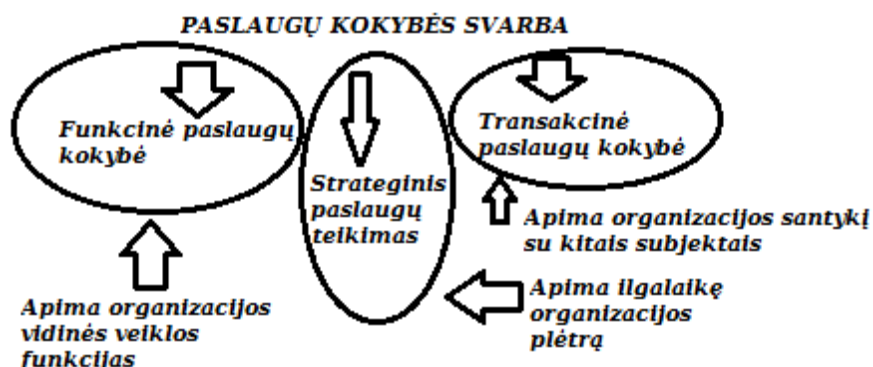
Autorius	Kokybės sąvokos interpretacija
Titko, Lace (2012)	Paslaugų kokybės vertinimas yra subjektyvus procesas, kuris sąveikoja tarp paslaugų teikėjų ir jų vartotojų, kuomet yra daromas tiesioginis teikiamos paslaugos įtakos vartotojui poveikis.
Zahari, Yusoff, Ismail (2008)	Paslaugų kokybė turi ne tik atitikti, bet ir viršyti jos vartotojų poreikius ir lūkesčius.
Summers, (2005)	Paslaugų kokybės sąvoką gretina ją teikiančios organizacijos įvaizdžiui. Patikimas įvaizdis formuoja patikimos ir priimtinos teikiamos paslaugos kokybės vertinimą.
Shahin, Abolhasani	Paslaugų kokybės įvaizdį traktuoja kaip teikiamų paslaugų kokybės

(2008)	vertinimo kriterijų, kuris daro tiesioginę įtaką paslaugos vartotojui ir kuria stipresnį pasitikėjimą organizacija.
Dovalienė, Gadeikienė, Piligrimienė (2007)	Paslaugų kokybė sąlygoja jos vartotojų pasitenkinimo lygį ir atskleidžia jo sutapimą su jų lūkesčiais ir norais.
Moxham, Wiseman (2009)	Paslaugų kokybė tapatinama požiūriui, kuris formuoja vartotojų lūkesčius su gautos paslaugos veiksmingumu.

Čerkauskytė, Žostautienė, Clotey (2007) pažymi, kad teikiamų paslaugų kokybė yra svarbus uždavinys kiekvienai organizacijai ir akcentuoja, kad yra labai svarbu nustatyti, kaip paslaugų vartotojai suvokia teikiamų paslaugų kokybę. Tuo tarpu, anot Jurkausko (2003) organizacijos įvaizdis gali būti traktuojamas kaip jos teikiamų paslaugų kokybę kuriantis veiksnys, darantis tiesioginę įtaką paslaugų vartotojų pasitenkinimui. Autoriai sutinka, kad teigiamas organizacijos įvaizdis ir aukštas teikiamų paslaugų lygis sąlygoja vartotojų teigiamai vertinamą teikiamų paslaugų kokybę. Tuo tarpu D. Kim, S. Y. Kim (2005) išskiria teikiamų paslaugų kokybės vertinimo charakteristikas:

1. Paslaugų kokybė privalo būti vertinama atsižvelgiant į jos vartotojų lūkesčius ir poreikius.
2. Paslaugų kokybė atspindi paslaugos teikėjo ir vartotojo tarpusavio bendravimą ir bendradarbiavimą.
3. Paslaugų kokybę kuriantys indikatoriai yra ir asmenys, nekontaktuojantys tiesiogiai su paslaugos vartotojais.
4. Paslaugų kokybė privalo būti planuojama, valdoma, kontroliuojama, siekiant numatyti jos ir visos organizacijos galimus ateities pokyčius.

Analizuojant teikiamų paslaugų kokybę yra būtina atskleisti paslaugų kokybės svarbą organizacijai. 1.2.1 pav. Pateikia paslaugų kokybės svarbą.



1.2.1 pav. Paslaugų kokybės svarba

Šaltinis: parengta autoriaus remiantis Malkin (2005)

Remiantis Malkin (2005) paslaugų kokybės svarbos vertinimo išvalgomis pateiktame apibendrintame 1.2.1. pav. identifikuojamos trys pagrindinės skiriamosios paslaugų kokybės vertinimo charakteristikos:

Pirmoji – funkcinė paslaugų kokybė apimanti organizacijos vidinės veiklos funkcijas, tokias kaip organizacijos valdymas ir vadyba, atskirų organizacijos skyrių personalo darbas ir kt. Formuoja paslaugų kokybės svarbą, kuri perteikiama per kokybiškai teikiamų paslaugų procedūras organizacijos viduje.

Antroji – strateginis paslaugų teikimas apimantis ilgalaikę organizacijos plėtrą yra paremtas organizacijos ilgalaikių strateginių vystymo, plėtros tikslų bei planų rengimu ir įgyvendinimu. Ši paslaugų kokybės svarbą sąlygojanti charakteristika apima organizacijos įvaizdžio formavimą ilgalaikėje perspektyvoje.

Trečioji – transakcinė paslaugų kokybė, apimanti organizacijos santykį su kitais subjektais atskleidžia stiprų organizacijos vidinių išteklių bei žmogiškojo kapitalo kompetencijų kėlimą siekiant stipraus vidinio teikiamų paslaugų kokybės vertinimo. Ši paslaugų kokybės svarbą formuojanti charakteristika išskiria nuolatinį organizacijos darbuotojų kompetencijų kėlimą, bei patirties įgyjimą, kas formuoja aukštą teikiamų paslaugų kokybę.

Paslaugų kokybė privalo nuolat būti vertinama. Atskleista, kad teikiamų paslaugų kokybės svarba gali būti identifikuojama tik jos gavimo momentu, kuomet ji yra patiriama. Chandrupatla (2010) išskiria šiuos teikiamų paslaugų kokybės vertinimo bruožus, kurie sąlygoja teikiamų paslaugų kokybės vertinimą:

1. Teikiamų paslaugų kokybė yra nuolat kintanti priklausanti nuo aplinkos, kurioje ji pateikiama.
2. Teikiamų paslaugų kokybę stipriai veikia organizacijos, kuri ją teikia įvaizdis. Dažnu atveju organizacijos įvaizdis tapatinamas teikiamų paslaugų kokybei.
3. Teikiamų paslaugų kokybė yra laukiamas ir gaunamas paslaugos vartotojo rezultatas.
4. Teikiamų paslaugų kokybė tapatinama jų vartotojų poreikių ir lūkesčių atitikimui.

Tuo tarpu, Ramanauskienė, Trijonytė (2008) sutinka, kad paslaugos vartotojų aukštai vertinama teikiamų paslaugų kokybė organizacijai padeda formuoti ne tik teigiama jo įvaizdį, bet taip pat didina veiklos produktyvumą, padeda išlaikyti ir pritraukti naujus klientus, skatina darbuotojų lojalumą. Kokybiškos, vartotojų lūkesčius atitinkančios paslaugos, anot Serafino (2011) yra organizacijos sėkmingos veiklos prielaida. Dėl šių priežasčių organizacijų teikiamos paslaugos turi būti periodiškai vertinamos, privalo būti nuolat palaikomas grįžtamasis ryšys su paslaugų vartotojais ir identifikuojami jų pasitenkinimo arba nepasitenkinimo motyvai. Pukelytė (2010) pažymi, kad organizacijos teikiamų paslaugų kokybės vertinimas yra sudėtingas ir daug resursų bei

išteklių reikalaujantis uždavinys, tačiau autorė pripažįsta, kad teigiamai vertinama organizacijos teikiamų paslaugų kokybė yra jos veiklos efektyvumo prielaida. Todėl kiekvienai organizacijai yra svarbu siekti nuolatinio teikiamų paslaugų kokybės gerinimo. Periodiškai atliekami organizacijų teikiamų paslaugų kokybės vertinimai sąlygoja ne tik grįžtamąjį ryšį su klientais, paslaugų vartotojais, bet taip pat atskleidžia jų nuomonę, vertinimą.

Apibendrinant galima teigti, gal teikiama paslaugos kokybė ir priimta vartotojų paslaugų kokybė gali būti skirtingai vertinama ir priimama. Kas paslaugos teikėjui gali būti vertinama aukšta kokybe, tuo tarpu paslaugos gavėjas ją gali priimti visai priešingai. Moksliniai autoriai teikiamų paslaugų kokybę interpretuoja skirtingai, tačiau pažymėtina, kad teikiamų paslaugų kokybė įtakoja ne tik teikiamų paslaugų naudą jos vartotojui, bet taip pat ir konkurencinį pranašumą, komercinę sėkmę.

1.3. Paslaugų kokybės vertinimo modelių teorinė analizė

Mokslinėje literatūroje aptinkama daug skirtingų paslaugų kokybės vertinimo modelių ir metodų. Skirtingu atveju taikomi skirtingi vertinimo kintamieji, išskiriamos skirtingos vertinimo charakteristikos ir taikomi skirtingi paslaugos kokybės vertinimo metodai, kurie sistemingai apjungiami tarpusavyje formuoja paslaugų kokybės vertinimo modelius. Autoriai pažymi, kad teikiamų paslaugų vartotojas yra pagrindinis teikiamų paslaugų kokybės vertintojas, todėl yra labai svarbu parengti ir jam pristatyti tokį teikiamų paslaugų vertinimo modelį, kuris bus aiškiai suprantamas ir įvertinamas. Tik tokiu būdu organizacija gali tikėtis rezultatyvumo teikiamų paslaugų kokybės vertinime.

Edvardsson, Gustavsson (2011) paslaugų kokybės vertinimo modelis leidžia nustatyti ir išanalizuoti teikiamų paslaugų kokybės problemas. Dalyvauja tikslinė vartotojų grupė, įvardijama teikiamų paslaugų koncepcija, nustatoma teikiamų paslaugų ir jas teikiančios organizacijos kultūra, įvaizdis. Normann (1994) ydingo rato vertinimo modelis leidžia identifikuoti paslaugų vartotojų ir paslaugos teikėjų tarpusavio pasitenkinimo lygį ir ryšį. Modelis naudojamas trumpalaikėje ir ilgalaikėje perspektyvoje. Šis modelis taikomas siekiant identifikuoti ar paslaugų teikėjams yra sukurtos tinkamos darbo sąlygos ir motyvuotas personalas gali teikti kokybiškas paslaugas. Muller (1993) paslaugų kokybės vertinimo modelis atskleidžia kokybės vertinimą iki teikiamų paslaugų vartojimo momento, vartojimo momentu ir po vartojimo. Šis modelis leidžia identifikuoti ir palyginti ryšį tarp kokybės vertinimo ir jo vartojimo. Vartotojas lygina suvoktą ir lauktą teikiamos paslaugos kokybę. Autorius akcentuoja, kad šio modelio praktinis reikšmingumas siejamas su tuo, jog iš pradžių yra būtina identifikuoti veiksnus, turinčius įtaką paslaugų teikimo procesui ir

rezultatams.

Analizuojant mokslinėje literatūroje sutiktus paslaugų kokybės vertinimo modelius pažymima, kad vis dėlto, autoriai skiria tris paslaugų vertinimo modelių grupes orientuotas į: vartotojo suvokimą, paslaugos teikimo procesą ir paslaugos teikimo sistemą (Kinderis, Žalys, Žalienė 2011). 1.3.1 lentelė pateikia skirtingų mokslinių autorių paslaugų kokybės vertinimo modelius ir jų charakteristikas.

1.3.1 lentelė

Paslaugų kokybės vertinimo modeliai ir jų charakteristikos

Paslaugų kokybės vertinimo modelio autorius	Paslaugų kokybės vertinimo modelis	Paslaugų kokybės vertinimo modelio charakteristika	Paslaugų kokybės vertinimo modelio taikymas
Meyer ir Mattmuller (1987)	Paslaugų kokybės vertinimo modelis	Modelis apima dvi teikiamų paslaugų kokybės komponentus: - turinio kokybė (ką paslaugos vartotojas gauna); - gavimo būdo kokybė (kaip paslaugos vartotojas gauna paslaugą). Apima keturis kokybės vertinimo kriterijus: 1. paslaugos kokybės vertinimas jos teikėjų atžvilgiu; 2. paslaugos teikimo proceso kokybės vertinimas; 3. paslaugos kokybės vertinimas jos vartotojų atžvilgiu; 4. teikiamų paslaugų kokybės rezultatų vertinimas.	Leidžia identifikuoti išorės veiksnių ir paslaugos vartotojų įtaką paslaugos vartojimo momentu. Atskleidžia įvairių veiksnių įtaką teikiamų paslaugų kokybės pasekmėms.
Yang ir kt. (2011)	Kano paslaugų kokybės modelis	Modelis padeda identifikuoti ryšį tarp paslaugos atlikimo momento ir paslaugos vartotojo pasitenkinimo. Modelio vertinimo požymiai skirstomi į 5 kategorijas: patrauklumas, vienpusiškumas, privalomos paslaugos savybės, išskirtinumas ir grįžtamasis ryšys.	Teikiamų paslaugų kokybė analizuojama paslaugos teikėjo ir gavėjo perspektyvomis.
Gummesson (1987)	4Q kokybės modelis	Keturių kokybių modelis apimantis: - dizaino patrauklumas – modeliavimas, pritraukiantis vartotoją; - paslaugos kokybė atitinkanti varto-tojo poreikius; - pristatymo kokybė, kuri atitinka tarpusavio santykius, įsipareigojimu; - racionalumo kokybė, kuri apima tarpusavio bendravimą ir bendradarbiavimą.	Taikomas paslaugoms, kurių rezultatas yra materialus. Dažniausiai taikomas paslaugų pristatymo momentu.
V. A. Zeithaml, Berry, Parasuraman (1990)	SERVQUAL modelis	Taikomos 5 kokybės vertinimo gairės: 1. materialumas paslaugų teikime (įrengimai, darbo priemonės, tvarka ir kt.); 2. patikimumas (paslaugos atlikimas taip kaip buvo įsipareigota); 3. reagavimas (bendradarbiavimas su klientu, noras atlikti paslaugą tiksliai); 4. garantijų suteikimas (kompensacija,	Padeda įvertinti teikiamų paslaugų turinio suvokimą, lūkesčius. Šis modelis padeda identifikuoti silpnas vietas tarp vartotojo lūkesčių ir paslaugos

		pagarbumas, pasitikėjimas, saugumas); 5. įsijautimas (priėjimas prie kliento, lengvas bendravimas, ryšio palaikymas, informacijos suteikimas, vartotojo supratimas).	suvokimo.
--	--	---	-----------

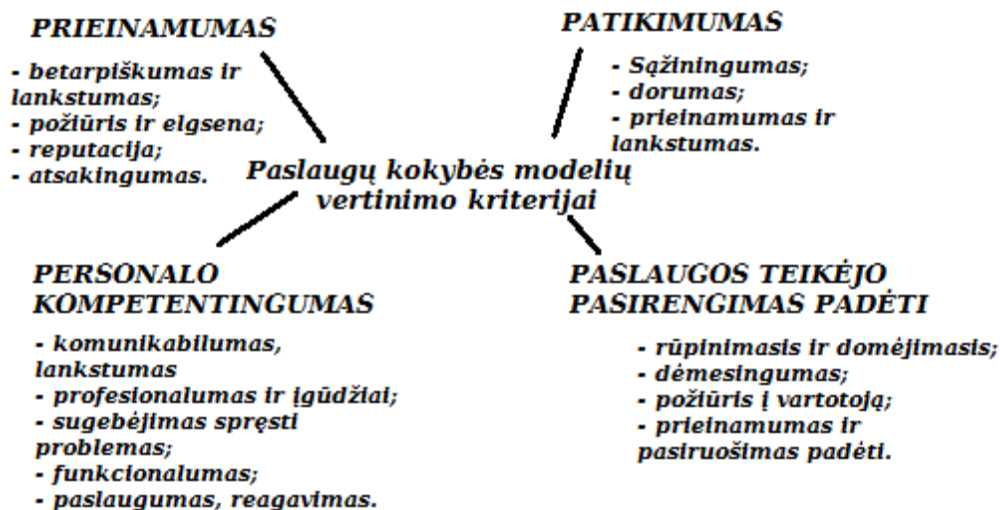
Analizuojant pateiktus paslaugos kokybę sąlygojančių vertinimo modelius sutinkama, kad paslaugos kokybės vertinimas yra stipriai formuojamas ir nuolat veikiamas paslaugos vartotojų lūkesčių, jų patirtimi bei paslaugas teikiančios organizacijos įvaizdžiu. Atskleista, kad visi 1.3.1 lentelėje pateikti modeliai gali būti taikomi kaip metodinės priemonės ar įrankiai siekiant griežtos teikiamų paslaugų kokybės kontrolės. Daugelis mokslinių autorių sutinka, kad paslaugos vartotojui yra svarbu patikimumas, prieinamumas, teikėjo pasirengimas pagelbėti bei paslaugos teikėjų aukšta kompetecija.

Siekiant labiau pažinti paslaugos vartotojų lūkesčius ir poreikius yra būtina detalizuoti SERVQUAL modelio kokybės kriterijus. Anot Bagdonienės, Hopenienės (2009) įžvalgomis yra skiriami šie paslaugos kokybės vertinimo kriterijai ir jų charakteristikų požymiai:

1. *Reagavimas* – paslaugos vartotojams yra suteikiamos laiku; paslaugas teikiantis personalas pasižymi betarpišku noru padėti;
2. *Patikimumas* – paslaugos vartotojas gauna paslaugas sutartu laiku su visais sutartais įsipareigojimais;
3. *Paslaugumas* – etiškas, mandagus, pagarbus ir malonus paslaugų vartotojo aptarnavimas;
4. *Kompetentingumas* – paslaugas vartotojui suteikia aukštą kompetenciją turintis personalas, pasitikima jo žiniomis, įgudžiais ir patirtimi;
5. *Prieinamumas* – paslaugų vartotojai visuomet laisvai gali sukontaktuoti su paslaugo teikėju;
6. *Saugumas* – paslaugų vartotojui suteikiamas saugumas, rizikos sumažinimas, informacijos konfidencialumas;
7. *Apčiuopiamumas* – tvarkinga ir švari paslaugas teikiančio personalo apranga, išvaizda.
8. *Vartotojo pažinimas* – paslaugų teikėjo supratimas paslaugų vartotojo norų, lūkesčių bei poreikių. Stengimasis pažinti paslaugos vartotoją.
9. *Komunikabilumas* – paslaugų vartotojo įsiklausymas ir išklausymas; įsigilinimas ir teikiamų paslaugų turinį, paslaugos vartotojų poreikių detalizavimas;
10. *Pasitikėjimas* – paslaugas teikiančios organizacijos įvaizdis, reputacija, atsiliepimai, rekomendacijos;

SERVQUAL metodika skirta identifikuoti teikiamų paslaugų kokybę leidžia įvertinti klientų laukimą ir patirtą kokybės vertinimą. Pateikti paslaugos kokybės vertinimo kriterijai ir jų charakteristikų požymiai palengvina vertinimo procesą, kurie leidžia paslaugos vartotojui įvertinti

skirtingus teikiamų paslaugų vertinimo kriterijus. Apibendrinant paslaugų kokybės vertinimo modelių analizę galima išskirti šiuos autorių akcentuojamus kokybės vertinimo metodikoje taikomus kriterijus ir kriterijų grupes (žr. 1.3.1 pav.).



1.3.1 pav. Paslaugų kokybės modelių vertinimo kriterijai

Šaltinis: parengta autoriaus remiantis atlikta analize

1.4.1 paveiksle taip pat pasigendama ir kitų paslaugų kokybės modelių vertinimo kriterijų, tokių kaip kompensavimas, konfidencialumas, klaidų taisymas, apčiuopiamumas, tvarkingumas, komfortas ir kt. Analizuojant šiuos kriterijus nustatyta, kad vertinant teikiamų paslaugų kokybę, ji yra vertinama tiek vidiniu, tiek išoriniu kontekstu. Taip pat nustatyta, kad taikant šiuos kriterijus galima identifikuoti ir įvertinti paslaugų vartotojų laukiamos ir patirtos paslaugos kokybės sąsajas, bei nustatyti teikiamų paslaugų teikėjo stipriąsias ir silpnąsias charakteristikas. Analizuojant 1.4.1 pav. pateiktą apibendrintą paslaugų kokybės modelių vertinimo kriterijų visumą taip pat nustatyta, kad jų atskleidimas yra svarbus paslaugų vartotojo kliento laukiamos paslaugos vartojimo proceso etape ir jos vartojimo momentu, kuomet atsiranda ne tik ryšys tarp trokšamos paslaugų kokybės ir gautos paslaugų kokybės, bet kartu išryškėja ir atotrūkis tarp jų.

1.4. Paslaugų kokybės vertinimo veiksnių analizė

Efektyvus teikiamų paslaugų valdymas sąlygoja aukštą paslaugų vartotojų pasitenkinimo lygį. Dėl šios priežasties yra būtinas nuolatinis teikiamų paslaugų kokybės vertinimas, kuris gali būti efektyviai valdomas. Anot Titko, Lace (2012) yra būtina identifikuoti veiksnius, sąlygojančius teigiamą teikiamų paslaugų kokybę. Tuomet galima nustatyti organizacijos teikiamų paslaugų kokybės lygį ir esant poreikiui nuolat jį gerinti. Autoriai pažymi, kad tuomet kokybės vertinimas ir

kokybės gerinimas, kaip teikiamų paslaugų kokybės valdymo rezultatas yra svarbus organizacijos įvaizdį formuojantis veiksnys.

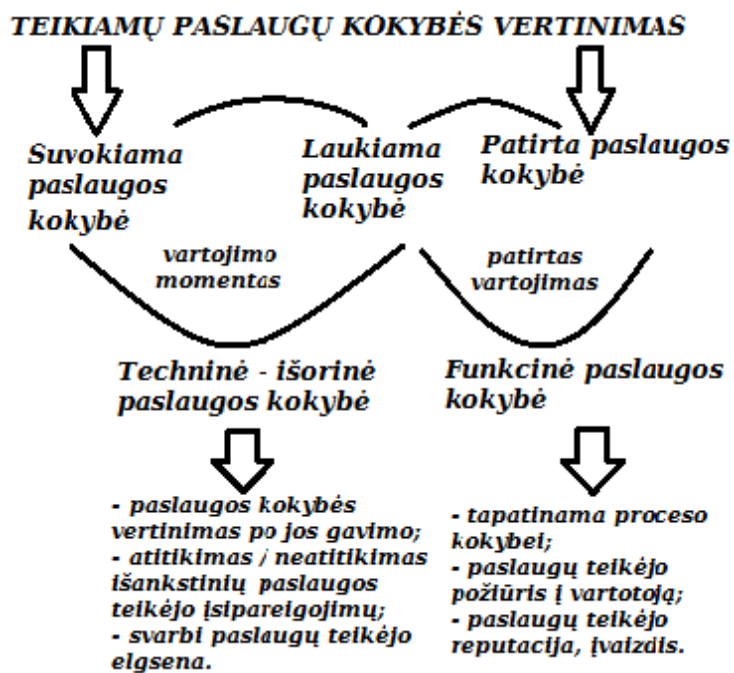
Langvinienė, Vengrienė (2005), Pukelytė (2010), Serafinas (2011) pažymi, kad teikiamų paslaugų kokybės vertinimas priklauso nuo to momento, kaip paslaugos vartotojas ją gavo. Šimkus, Pilenienė (2010) sutinka, kad teigiamai vertinama paslaugų kokybė organizacijai duoda ne tik naudą, bet taip pat ir didina vartotojų pasitenkinimą, lojalumą. Taip pat tokiu būdu yra formuojamas teigiamas organizacijos įvaizdis, ko pasekoje paslaugų vartotojams yra stiprinamas pasitikėjimas paslaugos teikėju. Čereška, Pauža (2005) pažymi, kad teikiamų paslaugų kokybės periodinis vertinimas didina veiklos produktyvumą, efektyvumą, konkurencinį pranašumą. Galima teigti, kad nuolat intensyvėjant konkurencijai, teikiamų paslaugų kokybės vertinimas tampa pranašiu įrankiu, sąlygojančiu paslaugos vartotojų lūkesčių patenkinimą ir aukštą teikiamų paslaugų vertinimą.

Paslaugų kokybės vertinimas yra sudėtingas uždavinys. Bagdonienės, Zemblytės (2005) teigimu, teikiamų paslaugų kokybės vertinamas atskleidžia vartotojų pasitenkinimo lygį, jų vartojimo proceso įpročius bei poreikius. Pukelytės (2010) teigimu, paslaugos kokybės vertinimas leidžia identifikuoti vartotojų lauktą ir patirtą kokybę. Šimkus, Pilenienė (2010) pažymi, kad teikiamų paslaugų kokybės vertinimas apima daug vertinimo kriterijų, kurie gali būti identifikuojami kiekvienu atveju skirtingai. Nustatyti vertinimo kriterijai leidžia atskleisti paslaugos kokybės vertinimą tarp trokšamos ir gautos kokybės. Autoriai pažymi, kad teikiamų paslaugų kokybės vertinimas gali būti atliekamas ne tik pagal išskirtus kriterijus, bet taip pat ir išskiriant vertinimo veiksnius, tipą ar kitą indikatorius. Bagdonienė, Hopenienė (2009) teikiamų paslaugų kokybės vertinimo indikatorius išskiria klientų lūkesčių atitikimą paslaugų kokybei. Purickaitė (2010) išskiria šiuos teikiamų paslaugų kokybės vertinimo indikatorius:

1. Patikimumas - paslaugos teikėjo pažado vykdymas paslaugos gavėjui.
2. Reagavimas - paslaugos teikėjo pasiruošimas padėti paslaugos gavėjui.
3. Atsakomybė - paslaugos teikėjo atsižvelgimas į paslaugos gavėjo lūkesčius, poreikius.
4. Saugumas - paslaugos teikėjo kompetencija, įgūdžiai, gebėjimai, profesionalumas, kurių pagalba jis suteikia pasitikėjimą paslaugos gavėjui, o kartu ir yra įsigilinama į paslaugos vartotojų poreikius ir lūkesčius.
5. Apčiuopiamumas – paslaugos teikėjo fizinis pajėgumas suteikiant paslaugą jos vartotojui.

Analizuojant Purickaitės (2010) teikiamų paslaugų kokybės vertinimo kriterijus pažymėtina, kad jie yra adaptuoti ir naudojami SERVQUAL modelyje. Paslaugų kokybės vertinimo procesas yra kompleksiškas reiškinys apjungiantis paslaugos teikėjui ir paslaugos vartotojui priskiriamus skirtingus kriterijus bei indikatorius, bet tuo pačiu atskleidžiantis vartotojų santykį su laukiama ir patirta paslaugos kokybe. Teikiamų paslaugų vertinimo kriterijų parinkimas yra svarbus paslaugų

kokybės vertinimo proceso etapas, kurių parinkimas sąlygoja galutinius rezultatus. Mokslinėje literatūroje sutinkamas platus teikiamų paslaugų vertinimo kriterijų spektras, tačiau Pukelytė (2010), Palaima (2005), Langvinienė, Vengrienė (2007) ir kt. autoriai papildomai skiria teikiamų paslaugų vertinimo dimensijas, kurių svarba orientuojama į teikiamų paslaugų efektyvumą. Kotler ir Keller (2007) teikiamų paslaugų kokybės vertinimą traktuoja kaip vartotojo pasitenkinimą patirta kokybė, o tuo tarpu Bagdonienė, Hopenienė (2009) teigia, kad vartotojas gaunamos paslaugos kokybę suvokia ir lygina ją su gautosios paslaugos kokybe. 1.4.1 pav. atskleidžia teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dedamąsias dalis, kur suvokiama paslaugos kokybė ir patirta paslaugos kokybė grindžiama laukiamos paslaugos kokybės pagrindu, o pastarąją formuoja techninė – išorinė ir funkcinė paslaugos kokybės (žr. 1.4.1 pav.).



1.4.1 pav. Teikiamų paslaugų kokybės vertinimo struktūra

Šaltinis: parengta autoriaus remiantis Kotler ir Keller (2007), Pukelytė (2010), Palaima (2005), Langvinienė, Vengrienė (2007)

Analizuojant 1.4.1 pav. autoriai pažymi, kad paslaugų teikimo momentu, paslaugos gavėjas suvokia paslaugos kokybę. Ji grindžiama technine – išorine paslaugos kokybe, kurią formuoja teikiamos paslaugos atitikimas vartotojo pažadams. Taip pat svarbi ir paslaugų teikėjo elgsena, kuri ilgainiui formuoja savaiminį paslaugos teikėjo įvaizdį paslaugos vartojimo momentu. Patirta

paslaugos kokybė paremta funkcinė paslaugos kokybe ir yra tapatinama viso paslaugos vartojimo proceso kokybei. Tačiau, Kindurys (2002), Pukelytė (2010), Palaima (2005), Langvinienė, Vengrienė (2007) išskiria ir laukiamą paslaugos kokybę, kurią autoriai apibrėžia kaip techninių ir funkcinių kokybių visumą, kuri yra paslaugos vartotojo lūkesčių, pažadų vartojant paslaugą ir pridėdamo įvaizdžio rezultatas. Palaima (2005) paslaugų vartotojų poreikius ir lūkesčius įvardija kaip laukiamos paslaugos kokybės pagrindas, kuris pasireiškia su paslaugos teikėju momentu. Paslaugos vartotojo ankstesnė patirtis lyginant su jo poreikiais ir lūkesčiais gali suformuoti suvoktą gaunamos paslaugos kokybę. Taip pat autoriai sutinka, kad kiekvienas paslaugos vartojimo atvejis ir pats jos vartotojas turi subjektyvią ir individualią nuomonę apie teikiamų paslaugų kokybę.

Apibendrinant galima teigti, kad teikiamų paslaugų kokybės vertinimas gali būti atliekamas ne tik identifikavus ją sąlygojančius kintamuosius kriterijus, bet taip pat svarbu atsižvelgti į paslaugų kokybės vertinimo dimensijas. Tuomet du kintamieji, laikama kokybė ir patirta kokybė paslaugas teikiančiai organizacijai leis lengviau identifikuoti paslaugas vartotojų lūkesčius ir poreikius, bei atitikimą tarp trokštamos paslaugos kokybės ir sulauktos paslaugos rezultato. Tokiu būdu organizacija atskleis silpnuosius teikiamų paslaugų kokybės požymius ir gebės juos identifikavus pateikti sprendimų alternatyvas.

Teorinės dalies apibendrinimas

Vengrienė (2006), Žostautienė, Čerkauskytė, Clotey (2007), Bagdonienė, Hopenienė (2009), Jewell (2009) ir kt. autoriai sutinka, kad teikiamų paslaugų kokybė padeda atskleisti paslaugos vartotojų pasitenkinimo laipsnį ir jų poreikius. Taip pat nustatyta, kad paslaugų kokybės vertinimas atskleidžia paslaugos vartotojų pasirinkimo motyvus vartojant vieną ar kitą paslaugą. Anot Vengrienės (2006), teikiamų paslaugų kokybė analizuojama nustatant laukiamą ir patirtą paslaugų kokybę. Nustatyta, kad siekiant atskleisti šias paslaugų kokybes yra svarbu išsiaiškinti paslaugų vartotojų lūkesčius, kurie leidžia nustatyti vartotojų pasitenkinimo arba nepasitenkinimo vartojama paslauga lygį.

Teigiamai vertinama teikiamų paslaugų kokybė, anot Ramanauskienės, Trijonytės (2008) formuoja teigiamą visuomenei organizacijos įvaizdžio vertinimą, padeda pritraukti naujus klientus, būti konkurencingais rinkoje. Todėl tampa svarbu nuolat tirti teikiamų paslaugų kokybę ir sėkmingai veikti neapibrėžtoje aplinkoje. Pukelytė (2010) pažymi, kad nuolatinis teikiamų paslaugų kokybės vertinimas yra būtinas procesas efektyviai organizacijos veiklai palaikyti bei paslaugos teikėjo ir vartotojo tarpusavio bendradarbiavimo santykiams gerinti.

Apibendrinant SERVQUAL modelio taikymą, atskleista, kad šis metodas atskleidžia

teikiamų paslaugų kokybės modelių vertinimo kriterijus ir gali būti tinkamas įrankis ir metodinė priemonė siekiant išanalizuoti UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybę ir atskleisti teikiamų paslaugų tobulinimo sritis. Šio modelio taikymas empirinio tyrimo eigoje padės įvertinti teikiamų paslaugų kokybės suvokimą vartotojų nuomone ir atskleis jų lūkesčius, o kartu ir patirtą kokybę jos gavimo metu. Šis modelis taip pat padeda nustatyti ryšį tarp vartotojo lūkesčių, paslaugos suvokimo ir paslaugos gavimo pasitenkinimo.

2. UAB “GUARANA” TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĖS ANALIZĖ:

KLIENTŲ NUOMONIŲ TYRIMAS

2.1. UAB “Guarana” pristatymas

UAB „Guarana“ - kompanija teikianti laikinojo įdarbinimo (personalo darbo nuomos) paslaugas sėkmingai dirba Šiauliuose, bei Šiaulių regione. Turi sukaupę didelę duomenų bazę įvairių sričių, skirtingos kvalifikacijos specialistų, kurie yra pasirenę artimiausiu metu dirbti Kliento įmonėje. Įmonės veikla specializuojasi laikinojo įdarbinimo srityje, kuri anot įmonės yra charakterizuojama ir išskiriama šiomis pasižyminčiomis savybėmis:

1. Laikinas įdarbinimas padeda taupyti laiko ir finansinių išteklių sąnaudas ieškant, atrenkant bei įdarbinant darbuotojus.
2. Naudojant laikinojo įdarbinimo paslaugas yra mažinamas kliento darbo krūvis susijęs su darbo užmokesčio, atostogų, kompensacijų bei mokesčių apskaitos klausimais;
3. Laikinojo įdarbinimo agentūra rūpinasi laikinųjų darbuotojų priėmimo, atleidimo bei kitų formalumų tvarkymu;
4. Laikinojo įdarbinimo paslauga padeda klientams lengviau ir paprasčiau kontroliuoti įmonės darbuotojų skaičių atsižvelgiant į veiklos apimčių svyravimus;
5. Laikinojo įdarbinimo paslauga skubiai padeda reaguoti klientams į neapibrėžtus gamybinius svyravimus, kuomet darbuotojų prireikia jau artimiausią dieną (www.guarana.lt).

UAB „Guarana“ tikslas – vadovaujasi kokybės, lankstumo ir efektyvumo darbo veiklos principais siekia ilgalaikio bendradarbiavimo bei partnerystės su klientais. Stengiasi įsigilinti į Kliento veiklos išskirtinumą ir žmogiškaisiais ištekliais prisidėti prie jos veiklos rezultatų įgyvendinimo. Tokiu būdu prisideda prie galutinio Kliento siekiamų veiklos rodiklių bei įvertinimo.

UAB „Guarana“ veiklos principai:

Orientaciją į Klientą - mes rūpinamės savo Klientais, mums kiekvienas Klientas yra svarbus.

Orientacija į rezultatus - mes siekiame aukščiausių veiklos rezultatų visose įmonės veiklos

srityse.

Atvirumas - mes esame ir mūsų veikla yra skaidri, sąžininga ir atvira.

Novatoriškumas - stengdamiesi suteikti kokybiškas paslaugas mes mokomės, tobulėjame, keliame kvalifikaciją.

Atsidavimas - mes rūpinamės savimi ir mūsų Klientais.

UAB „Guarana“ veikla remiasi abipuse pagarba, dėmesingumu, informacijos konfidencialumu. Įsiklausome į kiekvieno Kliento individualius poreikius ir pritaikę sukauptą patirtį žmogiškuosiuose ištekliuose, stengiamės juos pasiekti. Mums svarbu prisidėti prie Klientų veiklos rezultatų, žmogiškųjų išteklių vystymo ir kontrolės.

Apibendrinant UAB „Guarana“ charakteristiką ir veiklą galima teigti, kad įmonė savo veikloje orientuojasi į klientą, jo poreikius ir lūkesčius, taip pat savo veiklos kokybės rodikliais pažymi kokybę, lankstumą ir efektyvumą. Orientacija į klientus ir nuolatinis įmonės siekis mokytis didina jos teikiamų paslaugų patrauklumą ir skatina jų kokybiškumą.

2.2. Laikinojo įdarbinimo analizė

Analizuojant UAB „Guarana“ veiklą yra svarbu identifikuoti laikinąjį įdarbinimą ir apibrėžti laikinojo įdarbinimo paslaugą, kuri tampa svarbiu veiksnium formuojančiu darbo rinkos pokyčius. Lietuvos Respublikos įdarbinimo per laikinojo įdarbinimo įmones įstatymas įdarbinimą per laikinojo įdarbinimo įmones apibrėžia: „laikiniųjų darbuotojų įdarbinimas laikinojo įdarbinimo įmonėse turint tikslą juos pagal laikinojo įdarbinimo sutartis siųsti laikinai dirbti laikinojo darbo naudotojų naudai, pastariesiems prižiūrint ir vadovaujant.“ Anot Arrowsmith (2009) laikinas įdarbinimas, kaip darbo santykių problemų sprendimo būdas padeda į darbo rinką lengviau integruotis studentams, ilgą nedarbo laikotarpį nedirbusiems asmenims, ar kitoms asmenų grupėms, kuri įgalina juos laikinai, o kartais ir neterminuotai integruotis į darbo rinką ir būti jos dalyviais. Anot Gimeno ir Benavides (2002) laikinas įdarbinimas veiksmingiau formuoja žmogiškųjų išteklių panaudojimą darbo rinkoje. Judickienė (2008) laikiną įdarbinimą įvardina kaip trišalę darbo santykių formą į kurios funkcijas priskiriama darbuotojų atranka, paieška, darbo santykių kontrolė. Laikiną įdarbinimą, laikinojo įdarbinimo paslaugas analizavo šie autoriai:

Clark (2005) atliktų laikinojo įdarbinimo tyrimų rezultatai atskleidė, kad laikinojo įdarbinimo paslaugos integravimas į darbo rinką į verslo sektorių didina įmonių pelną ir prisideda prie nedarbo lygio mažinimo.

Galarneau (2010) atskleidė, kad laikinas įdarbinimas didina darbuotojo ir darbdavio darbo santykių lankstumą.

Wilder (2012) pažymi, kad laikinieji darbuotojai dirbdami per laikinojo įdarbinimo įmonę patiria mažesnę darbo saugumą analizuojant darbo trukmę ir darbo užmokestį.

Jong, Witte (2008) tyrimuose atskleidė laikinųjų darbuotojų mažą įsipareigojimą laikinojo įdarbinimo paslaugas naudojančioms įmonėms.

Kriščiūnienė (2011) nustatė, kad laikinojo įdarbinimo įmonių veiklą yra patraukli studentams ir ilgalaikiams bedarbiams.

Obloj (2010) identifikavo, kad laikinojo įdarbinimo paslauga prisideda prie žmoniškųjų išteklių įmonėje kaštų mažinimo, tokiu būdu lanksčiau valdant įmonės žmogiškuosius išteklius.

Vosko (2008) laikinąjį įdarbinimą apibūdino kaip naują užimtumo formą, kuri skatina nedarbo lygio rodiklių mažėjimą.

Gagliarducci (2005) teigia, kad dėl globalizacijos sąlygojančių pokyčių darbo rinkoje yra būtinas darbo santykių lankstumas.

Apibendrinant pateiktas laikinojo įdarbinimo charakteristikas ir skirtingų autorių tyrimų rezultatus nustatyta, kad laikinas įdarbinimas suteikia ne tik lankstumo darbo rinkoje, didina darbo rinko dalyvių įsitraukimą į darbo rinką, bet taip pat padeda lanksčiau kontroliuoti žmogiškuosius išteklius įmonėse. Analizuojant mokslinių autorių laikinojo įdarbinimo tyrimų rezultatus galima išskirti laikinąjį įdarbinimą sąlygojančius veiksniai:

- 1.Laiko bei administracinių kaštų sumažinimas;
- 2.Įmonės finansinių resursų galimybės;
- 3.Darbuotojų paieškos ir įdarbinimo administracinių sąnaudų sumažinimas;
- 4.Laikinojo įdarbinimo paslaugos vartotojų sezoninė veikla, kintančios gamybinės apimtys, reikalaujančios lankstaus darbuotojų skaičiaus įmonėje;
- 5.Pasyvių rinkos dalyvių įtraukimas į darbo rinką;
- 6.Darbo vietų prastovų mažinimas;
- 7.Laisvų darbo vietų paklausa.

Taip pat atskleista, kad laikinojo įdarbinimo įmonės darbo rinkai suteikia ne tik laisvas darbo vietas, bet taip pat jų dalyviams suteikia galimybę įgyti skirtingos darbo patirties ir neprarasti turimų darbinių įgūdžių, kompetencijos, kvalifikacijos. Sutinkama, kad lankstumas darbo santykiuose ilgai tampa vis didesnio veiklos efektyvumo priežastimi, todėl laikinojo įdarbinimo įmonių teikiamos paslaugos ne tik didina darbo našumą, o taip pat ir skatina darbo rinkos dalyvių konkurencingumą.

2.3. Tyrimo metodologijos pagrindimas

Atlikus kokybės sampratos analizę, paslaugų kokybės sąvokų bei svarbos analizę,

identifikavus paslaugų kokybės vertinimo veiksnius ir kriterijus, bei atlikus paslaugų kokybės vertinimo modelių teorinę analizę buvo parengtas tyrimo instrumentas anketa.

Tyrimo tikslas - išsiaiškinti UAB “Guarana” klientų nuomonę apie įmonės teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybę.

Tyrimo objektas – UAB “Guarana” teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybė.

Tyrimo instrumento pagrindimas. Tyrimo tikslui pasiekti 2015 metų lapkričio mėnesį buvo atliktas kiekybinis tyrimas: UAB “Guarana” laikinojo įdarbinimo paslaugų naudotojų, klientų anoniminė apklausa. Tyrimo instrumentas, klausimynas buvo išsiųstas visiems UAB “Guarana” klientams. Tyrimo instrumento pagrindimas pateikiamas 2.2.1 lentelėje.

2.2.1 lentelė

Tyrimo instrumento pagrindimas

Diagnostinis blokas	Indikatoriai, matuojantys diagnostinį bloką	Mokslinės literatūros autoriai	Indikatorių skaičius
Demografiniai kintamieji	Lytis, amžius, išsilavinimas.	Kardelis (2007), Tidikis (2003).	3
Klientų paslaugos vartojimo motyvų, elgsenos ir kokybės įvertinimo identifikavimas	Laikinojo įdarbinimo paslaugų pasirinkimas, naudojimo dažnumas, kokybiškų paslaugų svarba.	Dikavičius, Stoškus (2003), Jurkauskas (2003), Kaziliūnas (2007), Palaima (2005), Ruževičius (2006).	5
Teikiamų paslaugų kokybės vertinimas remiantis SERVQUAL modeliu	Apčiuopiamumo (žr. 2.2.1. pav.), patikimumo (žr. 2.2.2. pav.), reagavimo (žr. 2.2.3. pav.), vartotojų pažinimo ir supratimo (žr. 2.2.4. pav.), pasitikėjimo ir saugumo (žr. 2.2.5. pav.) teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijos.	Zahari, Yusoff, Ismail (2008), Javadi, Balochianzadeh, Nasirzadeh (2012), Žekevičienė (2009).	5

Tyrimo instrumentą anketą sudaro trys diagnostiniai blokai:

- 1 – demografiniai kintamieji,
- 2 – klientų paslaugos vartojimo motyvų, elgsenos ir kokybės įvertinimo identifikavimas,
- 3 – teikiamų paslaugų kokybės vertinimas remiantis SERVQUAL modeliu.

Pirmojo diagnostinio bloko klausimų pagalba siekiama nustatyti tyrime dalyvavusių respondentų lytį, amžių bei išsilavinimą. Antrojo diagnostinio bloko klausimų pagalba siekiama atskleisti klientų motyvus dėl kurių jie savo veikloje naudoja laikinojo įdarbinimo paslaugas, paslaugų naudojimo dažnumas ir bendras vertinimas laikinojo įdarbinimo teikiamų paslaugų kokybe. Trečiojo diagnostinio bloko klausimų pagalba pritaikius SERVQUAL modelį siekiama identifikuoti UAB “Guarana” laikinojo įdarbinimo paslaugomis besinaudojančių klientų lūkesčius

iki paslaugos vartojimo ir patirtą paslaugų kokybę po jo gavimo. Šis tyrimo diagnostinis blokas parengtas remiantis SERVQUAL paslaugų kokybės vertinimo modelio metodika ir jo struktūriniais komponentais dimensijomis. Tyrimo instrumento anketos atsakymų pasirinkimas pateikiamas remiantis penkiabale vertinimo Likerto skale, kur tyrime dalyvaujantis respondentas pažymi savo sutikimą arba nesutikimą su pateiktu teiginiu. Pažymima, kad respondentai turi pateikti savo atsakymą vertindami UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybę iki jos gavimo ir jos vartojimo ir po vartojimo momento. Tokiu būdu siekiama identifikuoti ryšį ir jį palyginti su klientų lūkesčiais gaunant paslaugas ir vertinant teikiamų paslaugų kokybę ir faktiškai patyrus jų vartojimą. Statistiniam, tikimybiniam tyrimo dalyvių imties dydžiui nustatyti taikyta Paniotto formulė:

$$n = 1 / (\Delta^2 + 1/N), \text{ kur}$$

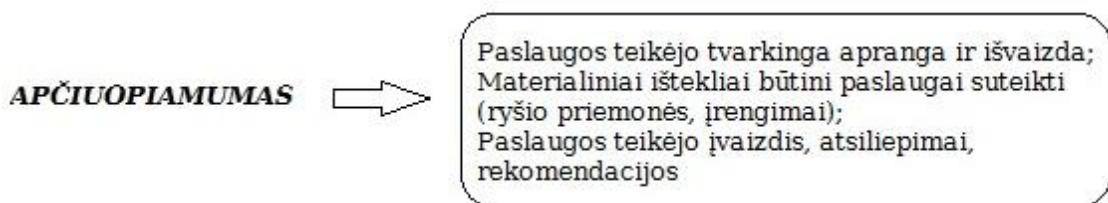
n – reikiamas respondentų skaičius;

Δ – paklaida ($\Delta = 0,05$);

N – visumos narių skaičius.

Viso tyrime buvo išsiųstos 60 anketų, kurių užpildytos buvo 48 (n), o tai rodo, kad bendra anketų grįžtamumo kvota siekė 80 %. Pritaikius Paniotto formulę nustatyta, kad tyrime dalyvavusių respondentų skaičius yra statistiškai patikimas.

Apibendrinus autorių tyrimų rezultatus, pateiktus 1.3. skyriuje, siejamus su kokybės vertinimo dimensijomis, pažymima, kad vis dėlto, tyrimo eigoje dimensijos buvo apibendrintos ir išskirtos 5 teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijos ir teiginiai – vertinimo kriterijai, kurie buvo pritaikyti šiame tyrime (Paulavičienė, 2008, Kinderis, 2011, Hopenienė ir Ligeikienė, 2002). Pirmoji teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensija – apčiuopiamumas (žr. 2.2.1 pav.)



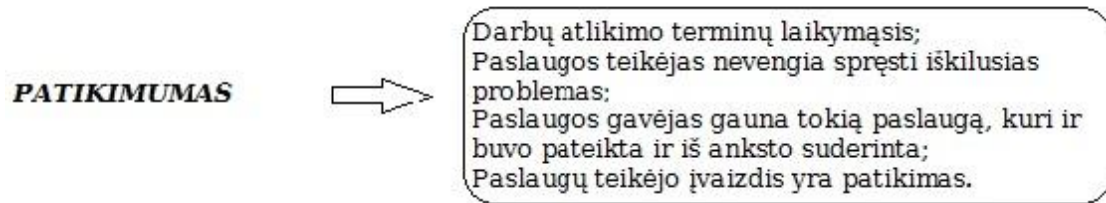
2.2.1 pav. Tyrimo instrumento apčiuopiamumo vertinimo dimensija

Šaltinis: parengta autoriaus remiantis SERVQUAL atlikta analize

2.2.1 pav. apčiuopiamumo teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijos teiginiai – vertinimo kriterijai skiriami šie:

1. Paslaugos teikėjo tvarkinga apranga ir išvaizda;
2. Materialiniai ištekliai būtini paslaugai suteikti (ryšio priemonės, įrengimai);
3. Paslaugos teikėjo įvaizdis, atsiliepimai ir rekomendacijos.

Ši tyrimo instrumento vertinimo dimensija leidžia identifikuoti teikiamų paslaugų teikėjo materialinius išteklius skirtus paslaugai pateikti, bei nematerialinius, tokius kaip paslaugos teikėjo išvaizdą bei įvaizdžio vertinimą. 2.2.2 pav. pateikia patikimumo tyrimo instrumento dimensiją.



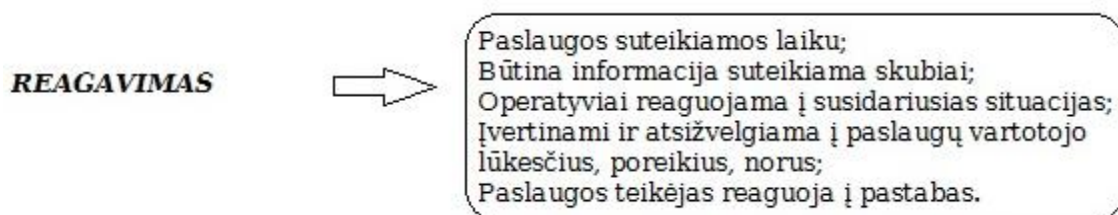
2.2.2 pav. Tyrimo instrumento patikimumo vertinimo dimensija

Šaltinis: parengta autoriaus remiantis SERVQUAL atlikta analize

2.2.2 pav. patikimumo teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijos teiginiai – vertinimo kriterijai skiriami šie:

1. Darbų atlikimo terminų laikymasis;
2. Paslaugos teikėjas nevengia spręsti iškilusias problemas;
3. Paslaugos gavėjas gauna tokią paslaugą, kuri ir buvo pateikta ir iš anksto suderinta;
4. Paslaugų teikėjo įvaizdis yra patikimas.

Ši tyrimo instrumento vertinimo dimensija leidžia identifikuoti teikiamų paslaugų kokybę jos atlikimo termino atžvilgiu, bei paslaugų teikėjo kompetentingumą išsamiai pateikiant paslaugos vartotojui informaciją, bei lanksčiai sprendžiant susiklosčiusias įvairias situacijas. 2.2.3 pav. pateikia reagavimo tyrimo instrumento dimensiją.

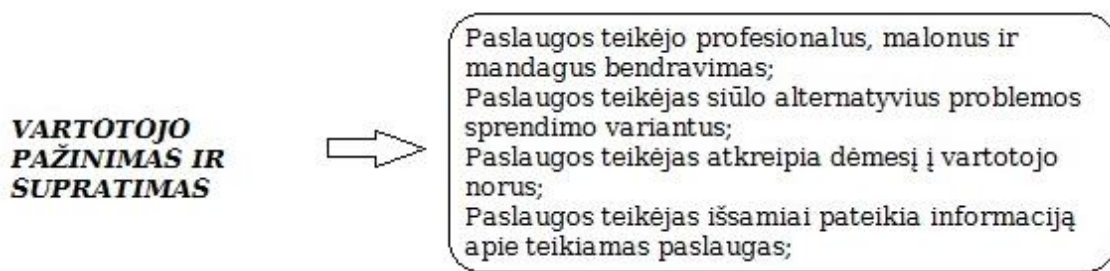


2.2.3 pav. Tyrimo instrumento reagavimo vertinimo dimensija

Šaltinis: parengta autoriaus remiantis SERVQUAL atlikta analize

2.2.3 pav. reagavimo teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijos teiginiai – vertinimo kriterijai siejami su teikiamų paslaugų vartotojų pasitenkinimo lygio identifikavimu atsakant į anketoje esančius skirtingus teiginius. Ši tyrimo instrumento vertinimo dimensija leidžia identifikuoti teikiamų paslaugų pateikimą laiku, skubų reagavimą į jos pateikimą bei operatyvų reagavimą į teikiamos paslaugos vartotojo lūkesčius, poreikius, norus, bei jo pastabas. 2.2.4 pav.

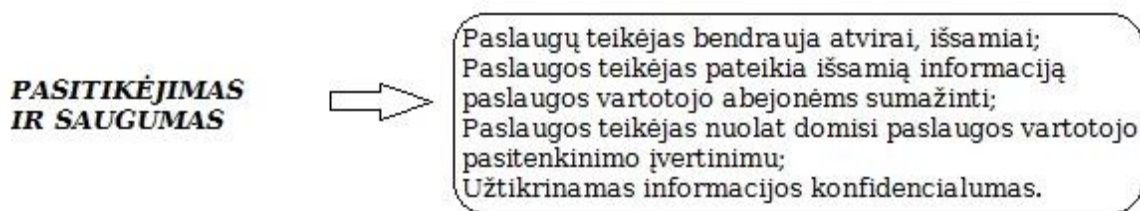
pateikia vartotojo pažinimo ir supratimo tyrimo instrumento dimensiją.



2.2.4 pav. Tyrimo instrumento vartotojo pažinimo ir supratimo vertinimo dimensija

Šaltinis: parengta autoriaus remiantis SERVQUAL atlikta analize

2.2.4 pav. vartotojo pažinimas ir supratimas teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijos teiginiai – vertinimo kriterijais siekiama atskleisti paslaugos teikėjo profesionalų, malonų ir mandagų bendravimą. Taip pat siekiama identifikuoti, ar paslaugos teikėjas siūlo alternatyvius problemos sprendimo variantus savo klientui, ar jis atkreipia dėmesį į vartotojo norus, bei ar pakankamai išsamiai pateikia informaciją apie teikiamas paslaugas. 2.2.5 pav. pateikia pasitikėjimo ir saugumo tyrimo instrumento dimensiją.



2.2.5 pav. Tyrimo instrumento pasitikėjimo ir saugumo vertinimo dimensija

Šaltinis: parengta autoriaus remiantis SERVQUAL atlikta analize

2.2.5 pav. pasitikėjimo ir saugumo teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijos teiginiais – vertinimo kriterijais siekiama atskleisti, ar paslaugų teikėjas bendrauja atvirai, išsamiai. Taip pat ar jis pateikia išsamią informaciją paslaugos vartotojo abejonėms sumažinti, ar nuolat domisi paslaugos vartotojo pasitenkinimo įvertinimu. Taip pat siekiama nustatyti, ar yra užtikrinamas informacijos konfidencialumas.

Tyrimo duomenys ir gauti rezultatai analizuojami, apdorojami ir pateikiami grafiškai naudojant Windows Microsoft Excel programą. Rezultatai apdorojami taikant statistinę analizės metodą aprašomąją statistiką. SERVQUAL modelio pagrindu gauti tyrimo rezultatai analizuojami ir identifikuojamas patirtos paslaugos kokybės nuokrypis su gautąja paslauga ir patirtimi. Taip pat

nustatomi visų 5 dimensijų vertinimo nuokrypiai, kurie tarpusavyje kartu yra ir palyginami. Tokiu būdu yra nustatomas ryšys ir atotrūkis tarp lauktos klientų lūkesčius patenkinančios paslaugos kokybės vertinimo ir patirtos kokybės vertinimo.

Apibendrinant tyrimo instrumentą galima teigti, kad siekiant efektyviai identifikuoti teikiamų paslaugų kokybę svarbu pasirinkti didžiausią praktinę vertę turinčią vertinimo metodiką. Anot mokslinių autorių, teikiamų paslaugų kokybės vertinimas yra sudėtingas uždavinys, kuris gali būti vertinamas skirtingomis metodikomis, tačiau Hopenienė, Ligeikienė (2002) SERVQUAL modelio taikymą išskiria kaip labiausiai taikytiną instrumentą leidžiantį identifikuoti teikiamų paslaugų kokybę ir palyginti jos efektyvumą iki paslaugos pateikimo ir po paslaugos gavimo. Palaima (2005) sutinka, kad SERVQUAL modelio taikymas leidžia atskleisti atotrūkį tarp paslaugų vartotojų lūkesčių, norų, poreikių ir faktiškai patirtos teikiamų paslaugų kokybės. Tuo tarpu Kinderis, Žalys, Žalienė (2011) pažymi, kad ši metodika leidžia nustatyti neatitikimus tarp laukiamos ir suteiktos paslaugos jų vartotojų nuomone. Apibendrinant skirtingų autorių nuomones ir jų tyrimų išvadas galima teigti, kad SERVQUAL modelis leidžia identifikuoti verslo subjektams savo teikiamų paslaugų kokybę.

2.4. UAB “Guarana” teikiamų paslaugų kokybės vertinimo rezultatų analizė

2.4.1. Respondentų charakteristika

Siekiant nustatyti UAB “Guarana” teikiamų paslaugų kokybę tyrimo instrumentą anketą sudarė trys diagnostiniai blokai.

Pirmas diagnostinis blokas – demografiniai kintamieji. Šiame bloke buvo siekiama atskleisti tyrime dalyvavusių respondentų lytį, amžių ir išsilavinimą. Pažymėtina, kad UAB “Guarana” teikiamų paslaugų naudotojai yra gamybinio sektoriaus įmonės Šiaulių mieste (medžio apdirbimas, baldų gamyba, metalo apdirbimas, metalo gaminių ir konstrukcijų gamyba, plastiko apdirbimas ir gamyba). Tiesioginiai UAB “Guarana” laikinųjų darbuotojų vadovai yra skirtingi gamybinių skyrių ir cechų padalinių vadovai, įgalioti asmenys ir specialistai, bei atstovai. Dėl tarpusavio UAB “Guarana” ir įmonės klientų pagarbos principo vienas kitam ir informacijos konfidencialumo laikymosi, tyrimo instrumente nebuvo pateiktas klausimas nei apie tyrimo dalyvio gaunamą darbo užmokestį, nei apie jo užimamas pareigas.

Viso tyrime buvo išsiųstos 60 anketų, kurių užpildytos buvo 48 (n), o tai rodo, kad bendra anketų grįžtamumo kvota siekia 80 %. Pritaikius Paniotto formulę nustatyta, kad tyrime dalyvavusių respondentų skaičius yra statistiškai patikimas.

Pažymėtina, kad remiantis UAB “Guarana” ir kliento pagarbos principu ir informacijos

konfidencialumu, bei siekiant didesnio įmonės klientų įsitraukimo ir dalyvavimo tyrime, anketos tyrimo dalyviams elektroniniu paštu prisegtu dokumentu ir patapintos elektroninėje erdvėje <http://apklausa.lt/f/uab-guarana-teikiamu-paslaugu-kokybes-vertinimas-ettbzw/answers/new.fullpage> buvo siunčiamos įmonės vadovo.

Analizuojant tyrimo dalyvių pasiskirstymą pagal lytį atskleista, kad 21 (43,80 %) tyrime dalyvavo moteris ir 27 (56,20 %) tyrimo dalyviai buvo vyrai. 2.4.1.1 lentelė atskleidžia tyrimo dalyvių pasiskirstymą pagal amžių ir išsilavinimą.

2.4.1.1 lentelė

Demografinių rodiklių rezultatai

Respondentų pasiskirstymas pagal amžių		
		%
18-25 m.	1	2,1
26-32 m.	13	27,1
33-45 m.	25	52
46-55 m.	8	16,7
56 m. ir daugiau	1	2,1
Viso:	48	100
		%
Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą		
Vidurinis	1	2,1
Profesinis	0	0
Aukštesnysis	11	22,9
Aukštasis	36	75
Viso:	48	100

Tyrimo rezultatai atskleidė, kad UAB „Guarana“ klientų didžioji dauguma yra 33-45 m. amžiaus grupės asmenys, kurių tyrime buvo 25, o tai sudarė pusę - 52% visų tyrime dalyvavusių respondentų. Tuo tarpu 13 (27,1 %) asmenų priskiriama 26-32 m. amžiaus grupei. Jaunimo 18-25 m. tyrime dalyvavo vienas asmuo, taip pat kaip ir 56 ir daugiau amžiaus grupei priklausančių asmenų, o 46-55 m. amžiaus grupėje esančių asmenų tyrime dalyvavo 8. Taip pat nustatyta, kad UAB „Guarana“ klientai turi aukštąjį išsilavinimą 36 (75 %), kiek mažiau turi aukštąjį išsilavinimą 11 (22,9 %) ir vos vienas respondentas turi vidurinį išsilavinimą. Apibendrinant gautus demografinių rodiklių rezultatus galima apibūdinti UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų naudotoją: tai yra vyras, priskiriamas 33 – 45 m. amžiaus grupei, turintis aukštąjį išsilavinimą. Galima daryti išvadą, kad didžioji dalis klientų yra išsilavinę brandaus amžiaus

asmenys, turintys sukaupę darbinės patirties bei atstovaujantys gamybinio sektoriaus įmones.

2.4.2. UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų klientų nuomonių analizė

Analizuojant UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybės vertinimą tyrimo instrumento antrajame diagnostiniame bloke pateikti klausimai padedantys nustatyti klientų motyvus, elgseną, bei teikiamų paslaugų kokybės bendrą įvertinimą. Rothenberger, Grewal, Iyer (2008) pabrėžia vartotojų elgsenos svarbą siekiant identifikuoti teikiamų paslaugų kokybės vertinimą. Urban (2009) sutinka, kad teikiamų paslaugų kokybės vertinimas turi priklausomybę nuo vartojamų paslaugų dažnumo, kas ilgainiui autoriaus nuomone transformuojasi į kliento lojalumą. Titko, Lace (2012) sutinka, kad teikiamų paslaugų kokybę lemia jų vartotojų lūkesčiai, kurie yra formuojami paslaugos vartotojo poreikiais, paslaugos teikėjo įvaizdžiu bei ankstesne paslaugos vartotojo patirtimi gavus panašias ar tapačias paslaugas.

Tyrimo metu buvo siekiama atskleisti svarbiausius UAB „Guarana“ laikinojo įdarbinimo paslaugų vartotojų motyvus renkant laikinojo įdarbinimo paslaugas. Anketoje pateiktas klausimas: „Kas nulėmė UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų pasirinkimą (galite pažymėti kelis atsakymo variantus)?“ leido identifikuoti įmonės klientų pasirinkimo priežastis dirbti su šia laikinojo įdarbinimo agentūra. 2.4.2.1 lentelėje pateiti rezultatai:

2.4.2.1 lentelė

Laikinojo įdarbinimo paslaugos pasirinkimo motyvai

TEIGINYS	RODIKLIS	RODIKLIS %
Nuolat kintančios darbo apimtys, reikalaujančios lankstesnio žmogiškųjų išteklių valdymo įmonėje;	43	89,58
Sezoniškumas;	21	43,75
Teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų aukšta kokybė;	2	4,17
Geras įmonės įvaizdis Šiaulių mieste;	2	4,17
Malonus ir profesionalus aptarnavimas;	10	20,83
Priimtina ir patraukli laikinojo įdarbinimo paslaugų kaina;	5	10,42
Geri kitų paslaugos naudotojų atsiliepimai bei rekomendacijos;	16	33,33

2.4.2.1 lentelės tyrimo rezultatai atskleidžia, kad pagrindinis UAB „Guarana“ klientų laikinojo įdarbinimo paslaugos pasirinkimo ir naudojimo motyvas yra nuolat kintančios darbo apimtys, reikalaujančios lankstesnio žmogiškųjų išteklių valdymo įmonėje. Šį teiginio pasirinkimą pažymėjo daugiau nei pusė tyrime dalyvavusių respondentų, t. y. 43 asmenys, kas lygu 89,58 %.

Kitas svarbus laikinojo įdarbinimo paslaugos pasirinkimo motyvas įmonės klientams yra sezoniškumas 21 (43,75 %). Taip pat 16 (33,33 %) tyrimo dalyvių UAB „Guarana“ laikinojo įdarbinimo paslaugomis naudojasi dėl gerų kitų paslaugos naudotojų atsiliepimų ir rekomendacijų. Vos 10 (20,83 %) dalyvių pažymi malonų ir profesionalų aptarnavimą, kaip įmonės paslaugų naudojimo pasirinkimo motyvą. Mažiau svarbiais UAB „Guarana“ klientų laikinojo įdarbinimo pasirinkimo motyvus tyrimo dalyviai išskiria: priimtina ir patraukli laikinojo įdarbinimo paslaugų kaina 5 (10,42 %), teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų aukšta kokybė 2 (4,17 %) ir geras įmonės įvaizdis Šiaulių mieste 2 (4,17 %). Analizuojant įmonės klientų laikinojo įdarbinimo pasirinkimo motyvus galima daryti dviejų krypčių išvadas – teigiamas ir neigiamas:

1 teigiama – stiprybių išvados siejamos su tuo, kad UAB „Guarana“ įmonės klientai pozityviai vertina laikinojo įdarbinimo paslaugų būtinybę ir naudą esant nuolat kintančioms darbo apimtims, dominuojant sezoninei veiklai. Taip pat klientai išskiria pozityvius atsiliepimus ir rekomendacijas renkantis laikinojo įdarbinimo paslaugų teikėją. Šias išvadas papildė tyrimo instrumente anketoje pateiktas klausimas prašantis respondentus nurodyti UAB „Guarana“ laikinojo įdarbinimo paslaugų naudojimo trukmę. 39 (81,2 %) tyrimo dalyviai įmonės paslaugomis naudojasi ilgiau nei dveji metai, 8 (16,7 %) nuo vienerių iki dviejų metų ir vos vienas klientas laikinojo įdarbinimo paslaugomis naudojasi iki vienerių metų. Ilgalaikių įmonės klientų naudojimas laikinojo įdarbinimo paslaugomis patvirtina laikinojo įdarbinimo poreikį gamybinio sektoriaus įmonėse, o tuo pačiu formuojasi lojalūs klientai.

2 neigiama – silpnųjų išvados siejamos su tuo, kad UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų naudotojai menkai yra susidūrę su geru paslaugos teikėjo įvaizdžiu Šiaulių mieste, ko pasekoje įmonės rinkodara vertinama silpnai. Taip pat teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų aukštą kokybę klientai nėra linkę išskirti kaip labai svarbų reiškinį jų veikloje. Klientai išskiria funkcinius laikinojo įdarbinimo paslaugos pasirinkimo motyvus, kurie siejami su gamybos, žmogiškųjų išteklių valdymo procesais. Šią išvadą taip pat papildė ir tai, kad į tyrimo instrumente pateiktą klausimą, kuriuo prašoma respondentų nurodyti kada dažniausiai jie naudojami laikinojo įdarbinimo paslaugomis, tyrimo dalyviai 38 (79,2 %) pažymi, jog metų laikas įtakos laikinojo įdarbinimo paslaugų poreikiui ir jo naudojimui neturi. Konstatuojamas išvadų ryšys: laikinojo įdarbinimo aukšta paklausa, tačiau UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybė nėra išskiriama kaip svarbus įmonės paslaugų pasirinkimo motyvas ir priedo įmonės įvaizdis mieste yra silpnai vertinamas.

Anot įmonės įvaizdžio tyrėjos Drūteikienės (2007), stiprus įmonės įvaizdis visuomenei pateikia jos veiklos vertinimą. Autorė teigia: „Organizacijos įvaizdis padeda nustatyti, kaip asmuo elgsis organizacijos atžvilgiu ir kaip ši organizacija yra suvokiama: kaip silpna ar kaip stipri, uždara

ar atvira, šilta ar šalta, nepajudinama ar lanksti, kaip bus paveikta asmens dispozicija, jo pasirengimas pasitikėti tuo, kas yra sakoma, tinkamai įvertinti, pirkti siūlomus produktus ar net norėti joje dirbti“. Sutinkama su autorės teiginiu ir priduriama, kad vis dėlto įmonės įvaizdis siekiant jos didesnio žinomumo yra stipriai veikiamas ir formuojamas ne vien rinkodaros strategijomis, atsiliepimais, rekomendacijomis, esama teigiama patirtimi ir pasitenkinimu, bet kartu ir aukšta teikiamų paslaugų kokybe.

Vartotojų pasitenkinimas teikiamomis paslaugomis yra svarbus nuolat kintančiomis sąlygomis veikiantis reiškinys, kuris įmonėms leidžia identifikuoti savo teikiamų paslaugų kokybę, bet kartu jį derinti prie klientų lūkesčių bei poreikių. Globalizacijos veikiamos rinkos sąlygomis, įmonės susiduria su begale iššūkių, nes klientai ir jų poreikiai nuolat auga ir kinta, yra skirtingi, o teikiamos paslaugos ir jų kokybė visiems turi būti tapati (Palaima 2005). Anot Moxham, Wiseman (2009) naudotojų pasitenkinimas teikiamomis paslaugomis tapatinamas su jų patirtimi gaunant paslaugas ir po jų gavimo įvertinus, ar suteikta paslauga atitiko jų lūkesčius ir poreikius, ar sulaukta paslauga po jos gavimo sukėlė emocinį pasitenkinimą, kurio buvo tikimasi iki jos vartojimo. Šis reiškinys verslo atstovams yra būtinybė siekiant suteikti kokybiškas paslaugas, bet kartu paslaugų vartotojų pasitenkinimas teikiamomis paslaugomis, numatymas ir žinojimas jų lūkesčių ir poreikių didina įmonės sėkmę bei efektyvesnį teikiamų paslaugų valdymą. Aukšta teikiamų paslaugų kokybė didina vartotojų lojalumą, nes tokiu būdu jų poreikiai ir lūkesčiai yra realizuojami aukštu jų vartotojų įvertinimo rodikliu ir pasitenkinimu.

Siekiant atskleisti UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybės vertinimą, tyrimo dalyviams tyrimo instrumente buvo pateiktas klausimas, kuriuo buvo siekiama atskleisti įmonės klientų pasitenkinimą teikiamomis laikinojo įdarbinimo paslaugomis ir jų kokybe (žr. 2.4.2.2 lentelė).

2.4.2.2 lentelė

UAB „Guarana“ klientų pasitenkinimas laikinojo įdarbinimo paslaugomis

TEIGINYS	VERTINIMAS	VERTINIMAS %
Labai patenkintas	19	39,6
Patenkintas	26	54,2
Dalintai patenkintas	3	6,2
Nepatenkintas	0	0
Labai nepatenkintas	0	0

Remiantis 2.4.2.2 lentelėje pateiktais rezultatais nustatyta, kad daugiau nei pusė - 26 (54,2 %) tyrimo dalyvių įmonės teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybę vertina patenkintai, o 19

(39,6 %) yra labai patenkinti paslaugų kokybe. Tuo tarpu, vos 3 (6,2 %) tyrimo dalyviai yra dalinai patenkinti UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybe. Atsakymo variantą nepatenkintas ar labai nepatenkintas nepasirinko nei vienas tyrime dalyvavusių dalyvių.

Apibendrinant įmonės klientų pasitenkinimą teikiama laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybe galima daryti išvadą, kad beveik visi tyrime dalyvavę respondentai naudojamų paslaugų kokybę vertina teigiamai ir yra ja patenkinti. Šį veiksnį UAB „Guarana“ gali išskirti kaip stiprybę, mat anot Pilenienės, Grigaliūnaitės (2012) yra labai svarbu išlaikyti patenkintą paslaugomis klientą siekiant ateityje kad jis taptų lojaliu įmonės klientu. Urban (2009) taip pat sutinka, kad teigiamas teikiamų paslaugų vertinimas padeda įmonėms nukreipti savo verslo veiklos pastangas į pasitenkinimą įtakojančių veiksnių stiprinimą.

Analizuojant UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybę, tyrimo dalyvių buvo prašoma išskirti jiems svarbiausius teiginius vertinant gaunamas kokybiškas paslaugas. Tyrimo rezultatai pateikti 2.4.2.3 lentelėje.

2.4.2.3 lentelė

UAB „Guarana“ klientų nuomonė vertinant kokybiškas paslaugas (N=48)

TEIGINYS / VERTINIMAS	Labai svarbu	Svarbu	Nei svarbu nei nesvarbu	Nesvarbu	Visai nesvarbu
Aptarnavimo dėmesys man ir mano poreikiams, bei lūkesčiams	16	31	1	-	-
Nuolatinis domėjimasis kliento veikla, geresnis kliento pažinimas	28	15	2	3	-
Darbuotojo sugebėjimas greitai ir lanksčiai reaguoti į iškilusias problemas ir spręsti susidariusias situacijas	18	30	-	-	-
Išsamios informacijos pateikimas klientui	26	22	-	-	-
Paslaugos teikėjo aukšta kvalifikacija, turimos žinios ir įgūdžiai	27	21	-	-	-
Aukšta bendravimo kultūra	23	24	1	-	-
Darbuotojo kokybiškas aptarnavimas	26	22	-	-	-

Analizuojant 2.4.2.3 lentelėje pateiktus respondentų nuomonių rezultatus vertinant kokybiškų paslaugų bruožus nustatyta, kad UAB „Guarana“ klientams labiausiai svarbu gaunant kokybiškas paslaugas yra paslaugos teikėjo nuolatinis domėjimasis kliento veikla, geresnis kliento pažinimas 28 (58,33 %), paslaugos teikėjo aukšta kvalifikacija, turimos žinios ir įgūdžiai 27 (56,25 %), po 26 (54,17 %) nurodė išsamios informacijos pateikimą klientui ir darbuotojo kokybišką aptarnavimą. Svarbiu bruožu, vertinant teikiamų paslaugų kokybę tyrimo dalyviai 31 (64,58 %)

nurodė aptarnavimo dėmesys klientui ir jo poreikiams, bei jo lūkesčiams, 30 (62,50 %) nurodė darbuotojo sugebėjimą greitai ir lanksčiai reaguoti į iškilusias problemas ir spręsti susidariusias situacijas. Tuo tarpu vos 3 (6,25 %) tyrimo dalyviams nesvarbus nuolatinis domėjimasis kliento veikla, geresnis kliento pažinimas. Pateikti tyrimo rezultatai atskleidžia UAB „Guarana“ klientams svarbius kokybiškų teikiamų paslaugų bruožus, kurie siejami su nuolatiniu domėjimusi savo klientu, operatyviu bendradarbiavimu, lanksčiu reagavimu į skirtingas situacijas, prie kurių sprendimo prisideda laikinojo įdarbinimo paslaugos. Taip pat klientams rūpi kompetentingas personalas, jo įgūdžiai ir gebėjimai suteikiant išsamią informaciją klientui ir rodant dėmesį jo poreikiams bei lūkesčiams. Bagdonienė, L., Hopenienė, R. (2009) sutinka, kad įmonės klientų išlaikymas ir poreikių tenkinimas yra būtinas uždavinys siekiant turėti lojalius klientus, o nuolatinis domėjimasis klientu ir jo veikla didina tarpusavio: paslaugos teikėjo ir vartotojo išsipareigojimą teikiamų paslaugų kokybei vertinti, gerinti ir tokiu būdu ugdyti tarpusavio bendradarbiavimo ir partnerystės lojalumą.

2.4.3. UAB “Guarana” teikiamų paslaugų rezultatų analizė

UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybės vertinimo tolimesnis tyrimas buvo atliktas remiantis SERVQUAL modeliu, kuris leido ištirti atskiras teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijas išskiriant laukiamą ir patirtą paslaugų kokybę. Anot Pukelytės (2010) SERVQUAL modelis leidžia nustatyti atotrūkį tarp laukiamos ir patirtos teikiamų paslaugų kokybės vertinimo. Taip pat autorė pažymi, kad ši metodika remiasi prielaida, kad teikiamų paslaugų kokybė yra vertinama lyginant ją su laukiama paslaugos kokybe ir patirta paslaugos kokybe. Tokiu būdu SERVQUAL metodo taikymas prašo paslaugos vartotojo įvertinti koks teikiamų paslaugų kriterijus jam yra labai svarbus ir kaip įvardintas kriterijus yra patenkinamas ir realizuojamas po paslaugos vartojimo.

Anot Rudžionienės (2007) nors vertinant teikiamų paslaugų kokybę yra nustatomi paslaugų vartotojo lūkesčiai, poreikiai iki paslaugos vartojimo ir po jos, tačiau autorė pažymi, kad yra svarbu atskleisti bendrą SERVQUAL vertinimo balą, kuris gali būti nustatomas:

SERVQUAL balas = vartotojo pasitenkinimas – vartotojo laukta paslaugos kokybė ir jo lūkesčiai

Autoriai sutinka, kad skirtumas tarp laukiamos paslaugų kokybės ir įvertinus esamą teikiamų paslaugų kokybę leidžia identifikuoti ne tik ryšius tarp laukiamos ir patirtos paslaugų kokybės vertinimo, bet kartu ir nuokrypius. Nuokrypių skaičiavimai pateikiami darbo eigoje. Taip

pat pažymima, kad UAB „Guarana“ įmonės teikiamų paslaugų kokybės vertinimas darbe buvo atliekamas pagal šias skiriamas vertinimo dimensijų kriterijus:

1. Apčiuopiamumo kriterijus;
2. Patikimumo kriterijus;
3. Reagavimo kriterijus;
4. Vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijus;
5. Pasitikėjimo ir saugumo kriterijus.

Siekiant išanalizuoti ir pateikti kiekvienos dimensijos kriterijų rezultatus ir atskleisti UAB „Guarana“ klientų nuomonę, apie įmonės teikiamų paslaugų kokybę yra svarbu nustatyti visuminį dimensijų vertinimą ir atskleisti jų vertinimo nuokrypius. 2.4.3.1 lentelėje pateikti SERVQUAL laukiamos ir patirtos teikiamų paslaugų kokybės kriterijų bendras rezultatų įvertinimas ir jų vidurkis N = 48 (žr. 2.4.3.1 lentelė).

2.4.3.1 lentelė

UAB „Guarana“ bendras laukiamos ir patirtos paslaugų kokybės vertinimas (N=48)

LAUKIAMA PASLAUGŲ KOKYBĖ		PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMO KRITERIJAI	PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	
Bendras rezultatų įvertinimas	Vidurkis		Bendras rezultatų įvertinimas	Vidurkis
876	4,56	Apčiuopiamumas	796	4,15
1043	4,43	Patikimumas	990	4,13
1076	4,48	Reagavimo kriterijus;	1001	4,17
1076	4,48	Vartotojo pažinimas ir supratimas	1012	4,22
1075	4,48	Pasitikėjimas ir saugumas	1019	4,25
5146	4,49	BENDRAS TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS	4818	4,18

Analizuojant 2.4.3.1 lentelėje pateiktus bendrus UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybės vertinimo tyrimo rezultatus nustatyta, kad laukiama paslaugų kokybė klientų nuomonės teigimu iki naudojantis laikinojo įdarbinimo paslaugomis ir labiausiai jų lūkesčius jie tikėjo kad atitiks patirta paslauga yra apčiuopiamumas, kurio vidurkis yra didžiausias = 4,56 balo. Tuo tarpu mažiausi klientų lūkesčiai iki paslaugo naudojimo buvo orientuoti į patikimumo kriterijų = 4,43 balo. Didžiausia patirta klientų kokybė išryškėja pasitikėjimo ir saugumo kriterijuje = 4,25 balo, o mažiausia anot įmonės klientų yra patikimumas = 4,13 balo.

Analizuojant UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybę ir vertinant atskiras vertinimo dimensijas atskleista, kad laukiama paslaugų kokybė įmonės lūkesčių buvo nukreipta į apčiuopiamumo kriterijų, kai tuo tarpu po patirtos paslaugos patikimumo kriterijus įmonės klientų vertinamas prasčiausiai. Pažymėtina, kad patikimumo kriterijus iki paslaugos naudojimo ir po jo UAB „Guarana“ klientų buvo vertinamas nepalankiausiai lyginant su kitais vertinimo kriterijais. Pažymėtina, kad būtent patikimumo kriterijus anot Zahari, Yusoff, Ismail (2008) yra paslaugos teikėjo tinkamai atlikta paslauga naujam klientui jau pirmą kartą, ko pasekoje yra formuojamas abipusis pasitikėjimas ir tokiu būdu didinamas paslaugos naudotojo lojalumas. Apibendrinant galima teigti, kad UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybės patikimumo kriterijui įtakos turi gamybinio sektoriaus įmonių nuolat kintanti veikla susijusi su gamybos apimtimi ir žmogiškųjų išteklių poreikiu, bet taip pat šis kriterijus išskiriamas kaip įmonės silpnybė, kurią būtina stiprinti siekiant lojalių klientų.

Svarbu identifikuoti UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų laukiamos ir patirtos kokybių vertinimo nuokrypius. Remiantis 2.4.3.1 lentelės rezultatais ir pateiktais bendrų rezultato įvertinimu ir vidurkio rezultatu yra būtina nustatyti šių rodmenų nuokrypį, kuris atskleidžia atotrūkį tarp laukiamos ir patirtos paslaugų kokybių vertinimos. Nuokrypio skaičiavimas:

Bendro rezultatų įvertinimo nuokrypis = patirtos paslaugos kokybė – laukiamos paslaugos kokybė, o vidurkio nuokrypis = patirtos paslaugos kokybė vidurkis – laukiamos paslaugos kokybė vidurkis.

Tuomet, nuokrypis = $4,18 - 4,49 = -0,31$ balo,

Vidurkio nuokrypis = $4818 - 5146 = -328$ balo.

Gautas rezultatas rodo, kad patirta paslaugų kokybė neviršija laukiamos paslaugų kokybės ir ji yra mažesnė. Vadinasi, UAB „Guarana“ klientų lūkesčiai vertinant įmonės teikiamas paslaugas yra ženkliai didesni nei realiai patiriama teikiamų paslaugų kokybė. Toks klientų vertinimas atskleidžia įmonės nepakankamą klientų poreikių tenkinimą.

Tuo tarpu 2.4.3.2 lentelė atskleidžia UAB „Guarana“ laukiamos ir patirtos paslaugų kokybės vertinimo nuokrypius. Siekiama ištirti visų penkių teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijų kriterijų nuokrypius ir identifikuoti įmonės klientų nuomonę apie laukiamą ir patirtą kokybę.

UAB „Guarana“ laukiamos ir patirtos paslaugų kokybės vertinimo nuokrypis (N=48)

PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMO KRITERIJAI	LAUKIAMA PASLAUGŲ KOKYBĖ	PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	NUOKRYPIS
Apčiuopiamumas	4,56	4,15	-0,41
Patikimumas	4,43	4,13	-0,30
Reagavimas	4,48	4,17	-0,31
Vartotojo pažinimas ir supratimas	4,48	4,22	-0,26
Pasitikėjimas ir saugumas	4,48	4,25	-0,23

2.4.3.2 lentelėje pateikti laukiamos ir patirtos paslaugų kokybės vertinimo nuokrypiai yra visi neigiami, kas rodo UAB „Guarana“ klientų perteklinius lūkesčius lyginant juos su gauta paslaugos kokybe. Didžiausias neigiamas nuokrypis, siekiantis – 0,41 balo yra apčiuopiamumo kriterijaus, kuris atskleidžia nepakankamą komunikaciją su klientu bei silpną įmonės įvaizdį Šiaulių mieste. Regavimo vertinimo nuokrypis siekia – 0,31 balo, patikimumo – 0,30, vartotojo pažinimo ir supratimo -0,26 ir mažiausias neigiamas nuokrypis vertinant įmonės teikiamų paslaugų kokybę anot įmonės klientų yra vertinant pasitikėjimo ir saugumo kriterijų, kuris siekia – 0,23 balo. Pateikti rezultatai atskleidžia aukštus reikalavimus UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybei, o tuo pačiu ir kliento vidutinį pasitenkinimą teikiamomis laikinojo įdarbinimo paslaugomis. Įmonė nesugeba visapusiškai patenkinti savo klientų teikiamų laikinojo įdarbinimo aukšta kokybe.

Apibendrinant gautus bendrus tyrimo rezultatus galima teigti, kad UAB „Guarana“ turi didinti įmonės klientų aptarnavimo efektyvumą siekiant gerinti teikiamų paslaugų kokybę, bet tuo pačiu yra labai svarbu atskleisti kiekvienos teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijos nuokrypius atskirai. Tyrimo metu išskirti šie teikiamų paslaugų kokybės vertinimo kriterijai: apčiuopiamumo kriterijus; patikimumo kriterijus; reagavimo kriterijus; vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijus; pasitikėjimo ir saugumo kriterijus.

2.4.3.1. Apčiuopiamumo kriterijaus vertinimo rezultatų analizė

Teikiamų paslaugų apčiuopiamumo vertinimo kriterijus pasižymi akivaizdžiomis paslaugų teikėjo priemonėmis aptarnaujant klientus tokiomis kaip paslaugos teikėjo personalas ir jo

tvarkinga apranga, išvaizda, komunikacijos priemonės, įmonės įvaizdis, rekomendacijas, atsiliepimai. 2.4.3.1.1 lentelėje pateikti patirtos ir lauktos teikiamų paslaugų kokybės apčiuopiamumo kriterijaus dimensijos rezultatai.

2.4.3.1.1 lentelė

UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų apčiuopiamumo kriterijaus dimensijos vertinimas(N=48)

TIEGINYS / VERTINIMAS	LAUKTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	NUOKRYPTIS
Laikinojo įdarbinimo paslauga pasižymi išskirtinumu ir poreikiu darbo rinkoje.	4,48	4,08	-0,4
Tvarkinga įmonės darbuotojų išvaizda ir apranga.	4,56	4,06	-0,5
Patikimas laikinojo įdarbinimo agentūros įvaizdis (pirmas įspūdis).	4,63	4,13	-0,5
Sklandus abipusis pasiekiamumas skirtingomis ryšio priemonėmis (mobiliuoju telefonu, e. paštu ar kt.)	4,58	4,31	-0,27

Analizuojant 2.4.3.1.1. lentelėje pateiktus tyrimo rezultatus susijusius su UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų apčiuopiamumo kriterijų dimensijų vertinimu nustatyta, kad visų teiginių vertinimų nuokryptai neigiami. Labiausiai įmonės klientų lūkesčiai tarp lauktos paslaugos kokybės ir gautos paslaugos kokybės neatitiko vertinant paslaugos teikėjo tvarkingą išvaizdą ir aprangą, bei patikimą įmonės įvaizdį po -0,5 balo. Šio kriterijaus rezultatai leidžia sutikti su tuo, kad UAB „Guarana“ išduoda darbo apsaugos priemones ir darbo rūbus visiems laikiniejiems darbuotojams, tačiau klientų atskleisti rezultatai teigia, kad paslaugos teikėjo darbuotojai ne visada dėvi jiems išduotą įmonės aprangą. Vertinant UAB „Guarana“ įvaizdį galima daryti prielaidą, kad jo rinkodara Šiaulių mieste nėra išvystyta. Mažiausias apčiuopiamumo kriterijaus dimensijos vertinimo nuokrypio teiginys yra siejamas su sklandžiu abipusiu pasiekiamumu skirtingomis ryšio priemonėmis -0,27. Tačiau šis teiginys anot įmonės klientų yra vertinamas kaip vienu iš svarbiausių apčiuopiamumo kokybės vertinimo kriterijumi ir lygus 4,58 balo, o patikimas įvaizdis yra svarbiausias ir siekia 4,63 balo. Apibendrinant galima daryti išvadą, kad paslaugų teikėjo paslaugų kokybės vertinimas, priklausantis nuo apčiuopiamumo kokybės kriterijaus yra silpnas ir įmonei yra būtina gerinti ir stiprinti silpnąsias šio kriterijaus savybes.

2.4.3.2. Patikimumo kriterijaus vertinimo rezultatų analizė

Teikiamų paslaugų patikimumo vertinimo kriterijus pasižymi paslaugos teikėjo gebėjimu atlikti pažadą, suteikti paslaugas laiku, nevengti spręsti iškilusias problemas. 2.4.3.2.1. lentelėje pateikti patirtos ir lauktos teikiamų paslaugų kokybės patikimumo kriterijaus dimensijos rezultatai.

2.4.3.2.1 lentelė

UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų patikimumo kriterijaus dimensijos vertinimas (N=48)

TIEGINYS / VERTINIMAS	LAUKTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	NUOKRYPTIS
Paslaugų teikėjas paslaugas suteikia operatyviai ir patikimai.	4,46	4,17	-0,29
Paslaugos vartotojui suteikiama išsami informacija apie laikinojo įdarbinimo paslaugas.	4,33	4,19	-0,14
Paslaugų teikėjas laikosi susitarimų, pažadų.	4,44	4,23	-0,21
Paslaugos teikėjas reaguoja ir nevengia spręsti iškilusias problemas.	4,52	4,21	-0,31
Paslaugos teikėjo personalas yra kompetentingas, patikimai vertinamos personalo žinios ir įgūdžiai.	4,40	3,83	-0,57

Analizuojant 2.4.3.2.1. lentelėje pateiktus tyrimo rezultatus susijusius su UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų patikimumo kriterijų dimensijų vertinimu nustatyta, kad visų teiginių vertinimų nuokrypiai yra neigiami. Atskleista, kad įmonės klientų laukiama paslaugų kokybė aukščiausiu įvertinimu ir didžiausiais lūkesčiais iki laikinojo įdarbinimo naudojimo buvo siejama su paslaugos teikėjo reagavimu ir nevengimu spręsti iškilusias problemas 4,52 balo. Mažiausiai klientų lūkesčiai atspindėjo vertinant paslaugos vartotojų gaunama informacija yra išsami 4,33 balo. Po laikinojo įdarbinimo paslaugos naudojimo nustatyta, kad UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybės vertinimas remiantis patikimumo kriterijumi aukščiausiai vertinamas buvo: paslaugų teikėjas laikosi susitarimų ir pažadų 4,23 balo, nepatraukliausiai vertinamas: paslaugos teikėjo personalas yra kompetentingas, patikimai vertinamos personalo žinios ir įgūdžiai 3,83 balo. Tuo tarpu rezultatai atskleidė, kad didžiausias, net 0,57 balo siekiantis neigiamas nuokrypis vyrauja anot paslaugų vartotojų vertinant paslaugos teikėjo personalo kompetentingumą, žinias ir įgūdžius. Galima

pateikti prielaidą, kadangi UAB „Guarana“ klientai specializuojasi gamybinės veiklos sektoriuje, kuriame laikinieji darbuotojai užima skirtingas darbo pozicijas. Įvertinus gautus rezultatus, nustatyta, kad laikinųjų darbuotojų kompetencija, kvalifikacija ir įgūdžiai neatitinka klientų lūkesčius atitinkančio personalo kompetencijos.

2.4.3.3. Reagavimo kriterijaus vertinimo rezultatų analizė

Teikiamų paslaugų reagavimo vertinimo kriterijus pasižymi paslaugos suteikimu laiku, būtinos informacijos suteikimu skubiai, operatyviu reagavimu į skirtingas situacijas, atsižvelgiama į paslaugos vartotojų lūkesčius ir poreikius, bei reaguojama į pastabas, rekomendacijas. 2.4.3.3.1 lentelėje pateikti patirtos ir lauktos teikiamų paslaugų kokybės reagavimo kriterijaus dimensijos rezultatai.

2.4.3.3.1 lentelė

UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų reagavimo kriterijaus dimensijos vertinimas (N=48)

TIEGINYS / VERTINIMAS	LAUKTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	NUOKRYPTIS
Paslaugos teikėjas yra visada pasirengęs suteikti paslaugą paslaugos vartotojui.	4,50	4,21	-0,29
Paslaugos teikėjas išklauso ir reaguoja į pastabas.	4,52	4,19	-0,33
Vėluojant ar netinkamai suteikus paslaugas, paslaugos tiekėjas iš karto reaguoja.	4,48	4,15	-0,33
Paslaugos teikėjas reaguoja į išskirtinius kliento poreikius, lūkesčius, norus.	4,46	4,15	-0,31
Paslaugos teikėjas visuomet skubiai suteikia būtiną informaciją apie teikiamas paslaugas.	4,48	4,17	-0,31

Analizuojant 2.4.3.3.1. lentelėje pateiktus tyrimo rezultatus susijusius su UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų reagavimo kriterijų dimensijų vertinimu taip pat nustatyta, kad visų teiginių vertinimų nuokryptai yra neigiami. Aukščiausi lūkesčiai laukiamos paslaugos kokybės vertinimo momentu anot įmonės klientų buvo paslaugos teikėjo įsiklausymas į kliento poreikius ir reagavimas į pastabas 4,52. Taip pat paslaugos teikėjo nuolatinis pasirengimas suteikti paslaugą paslaugos vartotojui vertinamas aukštu vidurkio balu ir siekia 4,50 balo, o tuo tarpu šis kriterijus vertinant

patirtos paslaugos kokybę vertinamas aukščiausiu balu ir siekia 4,21. Taip pat nustatyta, kad šio vertinimo nuokrypis nors yra neigiamas ir siekia -0,29 balo, tačiau lyginant su kitais UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų reagavimo kriterijų dimensių vertinimo rezultatais yra aukščiausias. Apibendrinant gautus tyrimo rezultatus nustatyta, kad paslaugos teikėjas operatyviai reaguoja į klientų lūkesčius, poreikius, išklauso jų pastabas, suteikia informaciją, tačiau šių kriterijų įgyvendinimo momentu, klientų lūkesčiai nėra visapusiškai patenkinami.

2.4.3.4. Vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijaus vertinimo rezultatų analizė

Teikiamų paslaugų vartotojo pažinimo ir supratimo vertinimo kriterijus pasižymi paslaugos teikėjo maloniu ir mandagiu bendravimu, dėmesio rodymu į vartotojo norus, išsamios informacijos pateikimą, alternatyvių sprendimų siūlymą. 2.4.3.4.1. lentelėje pateikti patirtos ir lauktos teikiamų paslaugų kokybės vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijaus dimensijos rezultatai.

2.4.3.4.1. lentelė

UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijaus dimensijos vertinimas (N=48)

TIEGINYS / VERTINIMAS	LAUKTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	NUOKRYPIS
Paslaugos suteikiamos operatyviai ir greitai.	4,48	4,19	-0,29
Paslaugos teikėjas siūlo alternatyvius situacijų (problemų) sprendimo būdus.	4,44	4,19	-0,25
Paslaugos teikėjo profesionalus, malonus ir mandagus bendravimas;	4,54	4,29	-0,25
Paslaugos teikėjas atsižvelgia į kliento norus.	4,52	4,25	-0,27
Paslaugos teikėjas išsamiai suteikia visą informaciją apie teikiamų paslaugų savybes, bruožus ir kt.	4,44	4,17	-0,27

Analizuojant 2.4.3.4.1. lentelėje pateiktus tyrimo rezultatus susijusius su UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijų dimensių vertinimu vėl gi nustatyta, kad visų teiginių vertinimų nuokrypiai yra neigiami. Aukščiausiu įvertinimo balu iki paslaugos gavimo įmonės klientai nurodė paslaugos teikėjo profesionalus, malonus ir mandagus bendravimas 4,54 balo ir paslaugos teikėjas atsižvelgia į kliento norus 4,52 balo. Atskleista, kad šie du kriterijai

naudojant laikinojo įdarbinimo paslaugas taip pat vertinami aukščiausiais rezultatais ir atitinkamai siekia 4,29 balo ir 4,25 balo. Analizuojant teikiamų paslaugų vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijų dimensių vertinimo rezultatus identifikuota, kad didžiausias nuokrypis siekiantis - 0,29 balo yra priskiriamos šiam teiginiui: paslaugos suteikiamos operatyviai ir greitai. Tuo tarpu šių teiginių: paslaugos teikėjas siūlo alternatyvius situacijų (problemų) sprendimų būdus, paslaugos teikėjo profesionalus, malonus ir mandagus bendravimas, nuokrypiausiai yra mažiausi ir atitinkamai abu siekia po -0,25 balo. Vertinant UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijų dimensių rezultatus nustatyta, kad įmonės klientams yra labai svarbus malonus, profesionalus bendravimas, operatyvus paslaugų suteikimas, gebėjimas lanksčiai spręsti susidariusias situacijas.

2.4.3.5. Pasitikėjimo ir saugumo kriterijaus vertinimo rezultatų analizė

Teikiamų paslaugų pasitikėjimo ir saugumo vertinimo kriterijus pasižymi paslaugų teikėjo atviru ir išsamiu bendravimu, išsamios informacijos pateikimu, vartotojo abejonių sumažinimu, konfidencialios informacijos užtikrinimu. 2.4.3.5.1 lentelėje pateikti patirtos ir lauktos teikiamų paslaugų kokybės pasitikėjimo ir saugumo kriterijaus dimensių rezultatai.

2.4.3.5.1 lentelė

UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų pasitikėjimo ir saugumo kriterijaus dimensių vertinimas (N=48)

TIEGINYS / VERTINIMAS	LAUKTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ	NUOKRYPIS
Paslaugų teikėjas bendrauja atvirai ir išsamiai.	4,44	4,29	-0,15
Paslaugos teikėjas yra visada pasirengęs tenkinti paslaugos vartotojo poreikius.	4,58	4,29	-0,29
Paslaugos teikėjas nuolat domisi paslaugos vartotojo pasitenkinimo įvertinimu.	4,44	4,23	-0,21
Paslaugų teikėjo asmeninės savybės sukelia paslaugų vartotojui pasitikėjimo ir saugumo emocijas.	4,50	4,17	-0,33
Užtikrinamas informacijos konfidencialumas.	4,44	4,25	-0,19

Analizuojant 2.4.3.5.1. lentelėje pateiktus tyrimo rezultatus susijusius su UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų vartotojo pasitikėjimo ir saugumo kriterijų dimensių vertinimais taip pat

nustatyta, kad visų teiginių vertinimų nuokrypiai yra neigiami. Didžiausi klientų lūkesčiai iki paslaugos gavimo nukreipti į paslaugos teikėjo pasirengimą tenkinti paslaugos vartotojo poreikius ir siekia 4,58 balo. Tuo tarpu atitinkamai po 4,44 balo apima šie teiginiai: paslaugų teikėjas bendrauja atvirai ir išsamiai; paslaugos teikėjas nuolat domisi paslaugos vartotojo pasitenkinimo įvertinimu, užtikrinamas informacijos konfidencialumas. 4,50 balu vertinamas paslaugų teikėjo asmeninės savybės, sukeliančios paslaugų vartotojui pasitikėjimo ir saugumo emocijas. Analizuojant šiuos pačius vertinimo kriterijus ir teikiamų paslaugų kokybę ją gavus, įmonės klientai pažymi, kad paslaugų teikėjas bendrauja atvirai ir išsamiai; paslaugos teikėjas pasirengęs tenkinti paslaugos vartotojo poreikius, atitinkamai po 4,29 balo ir yra aukščiausiu rodikliu įvertinti lyginant su kitais teiginiais. Tuo tarpu didžiausias nuokrypis, siekiantis – 0,33 balo priskiriamas vertinant paslaugų teikėjo asmenines savybes, kurios sukelia paslaugų vartotojui pasitikėjimo ir saugumo emocijas.

Apibendrinant tyrimo rezultatus, galima daryti išvadas, kad iki laikinojo įdarbinimo paslaugų naudojimo UAB „Guarana“ laukiama paslaugų kokybė būsimiems klientams buvo formuojama paslaugų pardavimo momentu, dėl šios priežasties tyrimo rezultatai vertinami aukštais įvertinimo balais. Tačiau naudojant laikinąjį įdarbinimą ir integravus laikinuosius darbuotojus į kolektyvą nustatyta, kad klientų lūkesčiai nebuvo visapusiškai ir taip, kaip paslaugų vartotojai tikėjosi patenkinti ir nuokrypių balai yra aukšti. Ryškus atotrūkio nuokrypis tarp laukiamos ir patirtos teikiamų paslaugų kokybės vertinimo atskleidžia aukštą paslaugų vartotojų lūkestį į gaunamas paslaugas iki jų gavimo, ko pasekoje klientų keliama reikalavimai ir poreikiai gaunamoms paslaugoms yra aukšti ir specifiniai.

IŠVADOS

1. Atliktus teikiamų paslaugų kokybės teorinę analizę nustatyta, kad teikiamų paslaugų naudotojų lūkesčiai ir poreikiai gali būti traktuojami kaip lyginimo reiškiny, kurio metu laukta paslaugos kokybė yra lyginama su jo lūkesčiais ir patirtimi, tokiu būdu formuojant patirtą paslaugos kokybę. Taip pat atskleista, kad nuolat kintančioje neapibrėžtoje aplinkoje bei stiprėjant konkurenciniam pranašumui, siekiant užtikrinti efektyvų klientų pritraukimą ir teigiamą paslaugų teikėjo įvaizdį rinkoje, teikiamų paslaugų kokybės teigiamas vertinamas tampa svarbiu konkurenciniu pranašumo kriterijumi.

2. Atskleista, kad dažniausiai moksliniai autoriai nagrinėję teikiamų paslaugų kokybę skiria penkis pagrindinius teikiamų paslaugų kokybės vertinimo kriterijus: patikimumas, reagavimas, apčiuopiamumas, vartotojo pažinimas ir garantijų suteikimas, įsijautimas ir pasitikėjimas. Ištyrus įmonės teikiamų paslaugų kokybę remiantis SERVQUAL modeliu įmonės gali greitai reaguoti ir gerinti teikiamų paslaugų kokybę, o tuo pačiu ši metodika leidžia nustatyti įmonės stipriąsias ir silpnąsias teikiamų paslaugų kokybės vertinimo puses.

3. Atlikus UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybės vertinimo analizę nustatyta, kad įmonės teikiamų paslaugų laukiamos ir patirtos kokybės vertinimo bendras nuokrypis yra neigiamai vertinamas patirtos kokybės atžvilgiu, kas leidžia teigti, kad įmonės klientų lūkesčiai nėra pilnai patenkinami jiems naudojant laikinojo įdarbinimo paslaugas ir jie negauna to, ko laukia ir tikisi. Teigtina, kad UAB „Guarana“ klientų lūkesčiai ir poreikiai nėra visiškai patenkinti, kaip paslaugų vartotojai tikėjosi iki paslaugų vartojimo pradžios.

4. Įvertinus gautus tyrimo rezultatus, nustatyta, kad UAB „Guarana“ laikinųjų darbuotojų kompetencija, kvalifikacija ir įgūdžiai neatitinka klientų lūkesčius atitinkančio personalo kompetencijos. Atskleista, kad įmonės klientų poreikiai ir lūkesčiai, tuo pačiu reikalavimai laikinojo įdarbinimo agentūros darbuotojui yra aukšti, tačiau sulaukiamas laikinųjų darbuotojų personalas, jo gebėjimai ir darbo patirtis pilnai neatitinka klientų poreikių ir lūkesčių.

5. Atskleista, kad UAB „Guarana“ laikinojo įdarbinimo patirtos ir laukiamos kokybės nuokrypiai kiekvienoje paslaugų kokybės vertinimo dimensijoje yra neigiami, kas atskleidžia įmonės nesugebėjimą atitinkamai reaguoti į klientų poreikius ir lūkesčius bei juos patenkinti. Įmonės įvaizdis, operatyvumas teikiant paslaugas, patikimumas ir kiti vertinimo kriterijai tyrimo dalyvių yra vertinami įprastu sutikimu, o ne visišku sutikimu, kas leidžia daryti išvadą, jog įmonės teikiamų paslaugų kokybė nevisapusiškai patenkina jos klientų lūkesčius ir poreikius bei UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybė yra vertinama nepalankiai.

REKOMENDACIJOS

1. Anot UAB „Guarana“ klientų nuomonės, silpniausias teikiamų paslaugų kokybės vertinimo kriterijus yra patikimumo kriterijus. Šio kriterijaus svarba išskiriama kuriant ilgalaikius santykius su klientais ir akcentuojant klientų lojalumą teikiamoms įmonės paslaugoms. Yra labai svarbu išlaikyti aukštą teikiamų paslaugų kokybę ir stiprinti kiekvieną vertinimo kriterijų, ypač patikimumo kriterijų. Jo stiprinimas galimas parengiant veiksmų planą, atliekant teikiamų paslaugų kokybės vertinimo tyrimą pakartotinai ir stebint teikiamų paslaugų kokybės vertinimo pokytį taip identifikuojant įmonės silpnąsias ir stipriąsias sritis.

2. UAB „Guarana“ būtina gerinti, stiprinti ir išlaikyti aukštą, pakankamai klientų lūkesčius ir poreikius tenkinanti paslaugų teikimą, kuris apima visų teikiamų paslaugų kokybės vertinimo dimensijų kriterijus. Rekomenduojama gerinti ir stiprinti bendradarbiavimo ryšius su paslaugų vartotojais periodiškai rengiant klientų lūkesčių ir poreikių bei bendro pasitenkinimo teikiamų paslaugų kokybe tyrimus.

3. Nustatyta, kad tyrimo rezultatai atskleidė stiprų atotrūkį tarp laukiamos laikinojo įdarbinimo paslaugos kokybės vertinimo ir gautos. Siekiant identifiikuoti ir konkrečiau išskirti stipriąsias ir silpnąsias įmonės veiklos sritis formuojančias klientų paslaugų kokybės vertinimą ir pasitenkinimą jomis, rekomenduojama ateityje atlikti tęstinius kokybės vertinimo tyrimus, tačiau išskirti administracijos darbuotojus ir laikinuosius darbuotojus.

4. Tyrimo metu atskleistas nepatenkinamas laikinųjų darbuotojų kompetencijos, kvalifikacijos vertinimas teikiamų paslaugų vartotojų nuomone. Rekomenduojama sukurti, plėtoti ir vystyti laikinųjų darbuotojų skatinimo programas, motyvacijos sistemą. Taip pat siūloma kelti laikinųjų darbuotojų kvalifikaciją ir kompetencijas.

LITERATŪRA

1. Arrowsmith, J. (2009). Temporary agency work and collective bargaining in the EU.
2. Bagdonienė, L., Hopenienė, R. (2009). Paslaugų marketingas ir vadyba. Kaunas: Technologija.
3. Bagdonienė, L., Hopenienė, R. (2005). Paslaugų marketingas ir vadyba. Kaunas: Technologija.
4. Bagdonienė, L., Zemblytė, J. (2005). Service research: advantages and limitations of quantitative and qualitative approaches. Socialiniai mokslai, 4(50), 26-37.
5. Bertašius, D. (2007). Pramonės įmonių vadybos sistemų efektyvumo vertinimas. Ūkio technologinis ir ekonominis vystymas, 1(7), 3-9.
6. Chandrupatla, R. T. (2010). Quality and reliability in engineering. New Jersey: Rowan university.
7. Čereška, A. Pauža, V. (2005). Kokybės analizė ir valdymas: mokomoji knyga. Vilnius: Technika.
8. Dikavičius, V., Stoškus, S. (2003). Vidutinė kokybės vadyba. Kaunas: technologija.
9. Dovalienė, A., Gadeikienė, A. Piligrimienė, Ž. (2007). Customer satisfaction and its importance for long term relationships with service provider: the case of odontology services. Engineering economics, 5(55), 59-67.
10. Drūteikienė, G. (2007). „Organizacijos įvaizdžio valdymas: mokomoji knyga“. Vilnius: Vilniaus universitetas.
11. Gagliarducci S. (2005). Intermittence in temporary employment: Italy vs. UK, 1990-1997.
12. Galarneau D., (2010). Temporary employment in the downturn.
13. Gilmore, A. (2003). Services, marketing and management. London: Sage.
14. Gimeno, D.; Benavides, F. G., (2002). European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions.
15. Hopenienė, R. ir Ligeikienė, R. A. (2002). Turizmo paslaugų kokybės vertinimo metodologiniai ir praktiniai aspektai. Socialiniai mokslai, 2(24), 68-78.
16. Hung, Y. H., Huang, M. L. & Chen, K. S. (2003). Service quality evaluation by service quality performance matrix. Total quality management & business excellence, 14 (1), p. 79-89.
17. Javadi, M., Balochianzadeh, R., Nasirzadeh, M. A. (2012). Gaps of service Quality in private banks customers regarding SERVQUAL in Isfahan, Iran. Journal of sociological research, 2(3).
18. Jewell, G. B., (2009). The impact of marketing employee satisfaction on service quality.

Nova southeastern university.

19. Jong D., Witte R. (2008). Literature review of theory and research on the psychological impact of temporary employment: Towards a conceptual model. *International Journal of Management Reviews*. Volume 10, Issue 1, p 25–51, March.
20. Jurkauskas, A., (2003). Visuotinės kokybės vadyba. Kaunas: Technologija.
21. Judickienė J., (2008). Hire employees on track. *Verslo žinios*, Nr. 29, p. 12.
22. Kaziliūnas, A. (2007). Kokybės vadyba. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
23. Kardelis, K. (2007). Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. Kaunas: Technologija.
24. Kim, D., Kim, S. Y. (2005). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. *Journal of sport management*, 9, 208-220.
25. Kinderis, R., Žalys, L., I. Žalienė (2011). Paslaugų kokybės vertinimas viešbučių versle. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 1 (21), p. 86-100.
26. Kinduryš, V. (2002). Paslaugų marketingas. Vilnius.
27. Kotler, Ph., Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. 14th edition. Prentice hall.
28. Kriščiūnienė A. (2011). Workers' rent - undiscovered opportunities for builders.
29. Malkin, I. (2005). Verslo konsultavimas ant svarstyklių. *Marketingas rinkos įvaldymo menas*.
30. Moxham, C., Wiseman, F. (2009). Examining the development, delivery and measurement of service quality in the fitness industry: A case study. *Total quality management*, Vol. 20, No. 5, May 2009, 467-482.
31. Langvinienė, N., Vengrienė, B. (2005). Paslaugų teorija ir praktika. Kaunas: Technologija.
32. Langvinienė, N., Vengrienė, B. (2008). Paslaugų teorija ir praktika. Kaunas: Technologija.
33. Obloj K. (2010). Dominant Logic and Entrepreneurial Firms' Performance in a Transition Economy. *Entrepreneurship Theory and Practice* Volume 34, Issue 1, p 151–170, January.
34. Palaima, T. (2005). Paslaugų kokybės tyrimo programa: kiekybinių tyrimų galimybės. *Marketingas*, 7-8, 37-41.
35. Paulavičienė, E. (2008). Turizmo paslaugų kokybės poveikis jų vartojimui. *Ekonomika ir vadyba*, 13, 824-833.
36. Pociūtė, D. (2004). Visuotinė kokybės vadyba. Vilnius.
37. Pukelytė, R. (2010). Universitetinių studijų kaip paslaugos kokybės vertinimas: dimensijos ir kriterijai. *Aukštojo mokslo kokybė*, 7, 155-175.
38. Purickaitė, A. (2010). Paslaugų kokybės koncepcija ir jos taikymas paslaugų įmonėje.
39. Ramanauskienė, J., Trijonytė, V. (2008). Kaimo turizmo paslaugų kokybė ir jos gerinimo kryptys. *Vadybos mokslas ir studijos*, 3(14), 126-133.

40. Rothenberger, S.; Grewal, D.; Iyer, G. R. (2008). Understanding the role of complaint handling on consumer loyalty in service relationships. *Journal of Relationship Marketing*, 7(4), 359-376.
41. Ruževičius, J. (2006). *Kokybės vadybos metodai ir modeliai*. Vilnius: Vilniaus universitetas.
42. Ruževičius, J., Guseva, N. (2006). Interneto svetainių kokybės vertinimas // *Information sciences, informacijos mokslai*, Issue:39.
43. Rudžionienė, J. (2007). Paslaugų rinkodaros vystymas, paslaugos teikėjo bei paslaugos gavėjo tarpusavio ryšys kultūros įstaigoje. Projekto „Lietuvos kultūros darbuotojų kvalifikacijos kėlimo plėtra - mokymosi medžiaga, Vilnius.
44. Shanin, A., Abolhasani, Z. (2008). Internal service quality gaps and analysis of the relationship with employee job satisfaction – with a case study in the Iran insurance Co. Of Isfahan university.
45. Serafinas, D. (2011). *Kokybės vadybos teorijos praktinis taikymas*. Vilnius: VU.
46. Summers, D. C. S. (2005). *Quality of sports services*. New Jersey: Person education, Inc.
47. Šimkus, A., Pilelienė, L. (2010). Sporto paslaugų kokybės vertinimas: teorinis aspektas. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 53, 99-111.
48. Titko, J., Lace, N. (2012). Service quality evaluation in Latvian. *Economics and management*, 17 (1), p. 304-310.
49. Tidikis, R. (2003). *Socialinių mokslų tyrimo metodologija*. Vilnius.
50. Vengrienė, B. (2006). *Paslaugų vadyba*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
51. Vitkienė, E. (2008). *Paslaugų marketingas*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla.
52. Zahari, W., Yusoff, W. & Ismail, M. (2008). FM-SERVQUAL: a new approach of service quality measurement frame work in local authorities. // *Journal of corporate real estate*, 10 (2), p. 130-144.
53. Zeithaml, V., Bitner, M. (2003). *Services marketing: integrating customer focus across the firm*. Boston: McGraw-Hill.
54. Žekevičienė, A. (2009). Aukštojo mokslo institucijų paslaugų kokybės tyrimai SERVQUAL metodu. *Ekonomika ir vadyba*, 14, 1107-1113.
55. Žostautienė, D., Čerkauskytė, R. Clotey, B. (2007). Trading company's service quality evaluation applying Ch. Gronroos perceived service quality model. Kaunas: Technologija.
56. Žvirblis, A. (2007). Paslaugų bendrojo vertingumo ir jų konkurencingumo vertinimo principai. *Verslas: teorija ir praktika*, 2(7), 82-86.
57. Vosko L. (2008). *Temporary Work in Transnational Labour Regulation*.
58. Urban, W. (2009). Service quality gaps and their role in service enterprises development.

Technological and economic development of economy, 15(4), 631–645.

59. Wilder R., (2012). Temporary Employment: A New Ugly Rearing its Head in Europe. Article, February 5th.

PRIEDAI

Tyrimo instrumentas

Gerbiamas UAB „Guarana“ Kliente,

Esu Šiaulių Universiteto Socialinių mokslų fakulteto VI kurso verslo administravimo studentas – Modestas Pranaitis. Mano bakalauro baigiamojo darbo tema: UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybės vertinimas.

Šiuo metu atlieku UAB „Guarana“ klientų apklausą, kuria yra siekiama įvertinti UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų kokybę. Jūsų nuomonė mums yra be galo svarbi. Atsakydami į klausimus Jūs prisidėsite prie UAB „Guarana“ teikiamų paslaugų gerinimo ir atsižvelgiant į gautus tyrimo rezultatus įmonė suteiks Jums aukštesnės kokybės paslaugas.

Apklausa yra anoniminė.

1. Kas nulėmė UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų pasirinkimą (galite pažymėti kelis atsakymo variantus)?

- Nuolat kintančios darbo apimtys, reikalaujančios lankstesnio žmogiškųjų išteklių valdymo įmonėje;
- Sezoniškumas;
- Teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų aukšta kokybė;
- Geras įmonės įvaizdis Šiaulių mieste;
- Malonus ir profesionalus aptarnavimas;
- Priimtina ir patraukli laikinojo įdarbinimo paslaugų kaina;
- Geri kitų paslaugos naudotojų atsiliepimai bei rekomendacijos;
- Kita (įrašykite)

.....
.....
.....

2. UAB „Guarana“ teikiamomis laikinojo įdarbinimo paslaugomis naudojėtės?

- Iki 1 metų;
- Nuo 1 iki 2 metų;
- Nuo 2 ir daugiau metų.

3. Įvertinkite savo pasitenkinimą UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybe?

- Labai patenkintas
- Patenkintas
- Dalinai patenkintas
- Nepatenkintas
- Labai nepatenkintas

4. Dažniausiai laikinojo įdarbinimo paslaugomis tenka naudotis:

5. Žiemos metu
6. Pavasario metu
7. Vasaros metu
8. Rudens metu
9. Metų laikas įtakos neturi

5. Įvertinkite, Jūsų nuomone, kad Jums yra svarbu gaunant kokybiškas paslaugas:

	Labai svarbu	Svarbu	Nei svarbu, nei nesvarbu	Nesvarbu	Visai nesvarbu
Aptarnavimo dėmesys man ir mano poreikiams, bei lūkesčiams					
Nuolatinis domėjimasis kliento veikla, geresnis kliento pažinimas					
Darbuotojo sugebėjimas greitai ir lanksčiai reaguoti į iškilusias problemas ir spręsti susidariusias situacijas					
Išsamios informacijos pateikimas klientui					
Paslaugos teikėjo aukšta kvalifikacija, turimos žinios ir įgūdžiai					
Aukšta bendravimo kultūra					
Darbuotojo kokybiškas aptarnavimas					

5. Siekiant detalizuotai įvertinti laukiamą ir patirtą UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybę, prašome pažymėti jums priimtina atsakymo variantą.

LAUKIAMA PASLAUGŲ KOKYBĖ (prieš naudodami UAB „Guarana“ paslaugomis jūs tikėjotės, kad jos pasižymės šiomis savybėmis)					PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS - APČIUOPIAMUMO KRITERIJUS					PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ (UAB „Guarana“ teikiamos paslaugos pasižymi šiomis savybėmis)				
Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku						Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku
					1. Laikinojo įdarbinimo paslauga pasižymi išskirtinumu ir poreikiu darbo rinkoje.									
					2. Tvarkinga įmonės darbuotojų išvaizda ir apranga.									
					3. Patikimas laikinojo įdarbinimo agentūros įvaizdis (pirmas įspūdis).									
					4. Sklandus abipusis pasiekiamumas skirtingomis ryšio priemonėmis (mobiliuoju telefonu, e. paštu ar kt.)									

6. Siekiant detalizuotai įvertinti laukiamą ir patirtą UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybę, prašome pažymėti jums priimtina atsakymo variantą.

LAUKIAMA PASLAUGŲ KOKYBĖ (prieš naudodami UAB „Guarana“ paslaugomis jūs tikėjotės, kad jos pasižymės šiomis savybėmis)					PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS - PATIKIMUMO KRITERIJUS					PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ (UAB „Guarana“ teikiamos paslaugos pasižymi šiomis savybėmis)				
Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku						Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku
					1. Paslaugų teikėjas paslaugas suteikia									

					operatyviai ir patikimai.					
					2. Paslaugos vartotojui suteikiama išsami informacija apie laikinojo įdarbinimo paslaugas.					
					3. Paslaugų teikėjas laikosi susitarimų, pažadų.					
					4. Paslaugos teikėjas reaguoja ir nevengia spręsti iškilusias problemas.					
					5. Paslaugos teikėjo personalas yra kompetentingas, patikimai vertinamos personalo žinios ir įgūdžiai.					

7. Siekiant detalizuotai įvertinti laukiamą ir patirtą UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybę, prašome pažymėti jums priimtina atsakymo variantą.

LAUKIAMA PASLAUGŲ KOKYBĖ (prieš naudodami UAB „Guarana“ paslaugomis jūs tikėjotės, kad jos pasižymės šiomis savybėmis)					PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS - REAGAVIMO KRITERIJUS	PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ (UAB „Guarana“ teikiamos paslaugos pasižymi šiomis savybėmis)				
Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku		Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku
					1. Paslaugos teikėjas yra visada pasirengęs suteikti paslaugą paslaugos vartotojui.					
					2. Paslaugos teikėjas išklauso ir reaguoja į pastabas.					
					3. Vėluojant ar netinkamai suteikus paslaugas, paslaugos tiekėjas iš karto reaguoja.					
					4. Paslaugos teikėjas reaguoja į išskirtinius kliento poreikius, lūkesčius, norus.					
					5. Paslaugos teikėjas visuomet skubiai suteikia būtiną informaciją apie teikiamas paslaugas.					

8. Siekiant detalizuotai įvertinti laukiamą ir patirtą UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybę, prašome pažymėti jums priimtina atsakymo variantą.

LAUKIAMA PASLAUGŲ KOKYBĖ (prieš naudodami UAB „Guarana“ paslaugomis jūs tikėjotės, kad jos pasižymės šiomis savybėmis)					PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS – VARTOTOJO PAŽINIMO IR SUPRATIMO KRITERIJUS	PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ (UAB „Guarana“ teikiamos paslaugos pasižymi šiomis savybėmis)				
Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku		Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku
					1. Paslaugos suteikiamos operatyviai ir greitai.					
					2. Paslaugos teikėjas siūlo alternatyvius situacijų (problemų) sprendimo būdus.					
					3. Paslaugos teikėjo profesionalus, malonus ir mandagus bendravimas;					

					4. Paslaugos teikėjas atsižvelgia į kliento norus.					
					5. Paslaugos teikėjas išsamiai suteikia visą informaciją apie teikiamų paslaugų savybes, bruožus ir kt.					

9. Siekiant detalizuotai įvertinti laukiamą ir patirtą UAB „Guarana“ teikiamų laikinojo įdarbinimo paslaugų kokybę, prašome pažymėti jums priimtina atsakymo variantą.

LAUKIAMA PASLAUGŲ KOKYBĖ (prieš naudodami UAB „Guarana“ paslaugomis jūs tikėjotės, kad jos pasižymės šiomis savybėmis)					PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS – PASITIKĖJIMO IR SAUGUMO KRITERIJUS	PATIRTA PASLAUGŲ KOKYBĖ (UAB „Guarana“ teikiamos paslaugos pasižymi šiomis savybėmis)				
Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku		Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku
					1. Paslaugų teikėjas bendrauja atvirai ir išsamiai.					
					2. Paslaugos teikėjas yra visada pasirengęs tenkinti paslaugos vartotojo poreikius.					
					3. Paslaugos teikėjas nuolat domisi paslaugos vartotojo pasitenkinimo įvertinimu.					
					4. Paslaugų teikėjo asmeninės savybės sukelia paslaugų vartotojui pasitikėjimo ir saugumo emocijas.					
					5. Užtikrinamas informacijos konfidencialumas.					

10. Jūsų pasiūlymai ir pastabos UAB „Guarana“.

.....

.....

11. Jūsų lytis.

Vyras

Moteris

12. Jūsų amžius:

18-25 m.

26-32 m.

33-45 m.

46-55 m.

56 m. ir daugiau

13. Jūsų išsilavinimas:

Vidurinis

Profesinis

Aukštesnysis

Aukštasis

Kita (įrašykite)

.....

Dėkoju už skirtą laiką ir sąžiningai pateiktus atsakymus!

Apčiuopiamumo kriterijaus detalizuota rezultatų analizė

	Laukiama paslaugų kokybė					PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS - APČIUOPIAMUMO KRITERIJUS	Patirta paslaugų kokybė					
	Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku		Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku	
Vidurkis	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	Vidurkis
4,48	27	17	4	0	0	1. Laikinojo įdarbinimo paslauga pasižymi išskirtinumu ir poreikiu darbo rinkoje.	8	37	2	1	0	4,08
4,56	30	16	1	1	0	2. Tvarkinga įmonės darbuotojų išvaizda ir apranga.	10	33	3	2	0	4,06
4,63	30	18	0	0	0	3. Patikimas laikinojo įdarbinimo agentūros įvaizdis (pirmas įspūdis).	8	38	2	0	0	4,13
4,58	28	20	0	0	0	4. Sklandus abipusis pasiekiamumas skirtingomis ryšio priemonėmis (mobiliuoju telefonu, e. paštu ar kt.)	15	33		0	0	4,31
4,56	575	284	15	2	0		205	564	21	6	0	4,15

Patikimumo kriterijaus detalizuota rezultatų analizė

	Laukiama paslaugų kokybė					PASLAUGŲ KOKYBES VERTINIMAS - PATIKIMUMO KRITERIJUS	Patirta paslaugų kokybė					
	Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku		Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku	
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
4,46	22	26	0	0	0	1. Paslaugų teikėjas paslaugas suteikia operatyviai ir patikimai.	9	38	1	0	0	4,17
4,33	18	28	2	0	0	2. Paslaugos vartotojui suteikiama išsami informacija apie laikinojo įdarbinimo paslaugas.	10	37	1	0	0	4,19
4,44	22	25	1	0	0	3. Paslaugų teikėjas laikosi susitarimų, pažadų.	12	35	1	0	0	4,23
4,52	25	23	0	0	0	4. Paslaugos teikėjas reaguoja ir nevengia spręsti iškilusias problemas.	10	38	0	0	0	4,21
4,40	20	27	1	0	0	5. Paslaugos teikėjo personalas yra kompetentingas, patikimai vertinamos personalo žinios ir įgūdžiai.	5	37	3	1	0	3,83
4,43	535	516	12	0	0		230	740	18	2	0	4,13

Reagavimo kriterijaus detalizuota rezultatų analizė

	Laukiama paslaugų kokybė					PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS - REAGAVIMO KRITERIJUS	Patirta paslaugų kokybė					
	Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku		Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku	
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
4,50	24	24	0	0	0	1. Paslaugos teikėjas yra visada pasirengęs suteikti paslaugą paslaugos vartotojui.	11	36	1	0	0	4,21
4,52	26	21	1	0	0	2. Paslaugos teikėjas išklauso ir reaguoja į pastabas.	10	37	1	0	0	4,19
4,48	24	23	1	0	0	3. Vėluojant ar netinkamai suteikus paslaugas, paslaugos tiekėjas iš karto reaguoja.	9	37	2	0	0	4,15
4,46	24	22	2	0	0	4. Paslaugos teikėjas reaguoja į išskirtinius kliento poreikius, lūkesčius, norus.	10	35	3	0	0	4,15
4,46	24	22	2	0	0	5. Paslaugos teikėjas visuomet skubiai suteikia būtiną informaciją apie teikiamas paslaugas.	9	38	1	0	0	4,17
4,48	610	448	18	0	0		245	732	24	0	0	4,17

Vartotojo pažinimo ir supratimo kriterijaus detalizuota rezultatų analizė

	Laukiama paslaugų kokybė					PASLAUGŲ KOKYBES VERTINIMAS – VARTOTOJO PAŽINIMO IR SUPRATIMO KRITERIJUS	Patiirta paslaugų kokybė					
	Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku		Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku	
1,15	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
4,48	24	23	1	0	0	1. Paslaugos suteikiamos operatyviai ir greitai.	10	37	1	0	0	4,19
4,44	22	25	1	0	0	2. Paslaugos teikėjas siūlo alternatyvius situacijų (problemų) sprendimo būdus.	9	39	0	0	0	4,19
4,54	26	22		0	0	3. Paslaugos teikėjo profesionalus, malonus ir mandagus bendravimas;	14	34	0	0	0	4,29
4,52	26	21	1	0	0	4. Paslaugos teikėjas atsižvelgia į kliento norus.	12	36	0	0	0	4,25
4,44	23	23	2	0	0	5. Paslaugos teikėjas išsamiai suteikia visą informaciją apie teikiamų paslaugų savybes, bruožus ir kt.	9	38	1	0	0	4,17
4,48	605	456	15	0	0		270	736	6	0	0	4,22

Pasitikėjimo ir saugumo kriterijaus detalizuota rezultatų analizė

	Laukiama paslaugų kokybė					PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS – PASITIKĖJIMO IR SAUGUMO KRITERIJUS	Patirta paslaugų kokybė					
	Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku		Visiškai sutinku	Sutinku	Nežinau	Nesutinku	Visiškai nesutinku	
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
4,44	22	25	1	0	0	1. Paslaugų teikėjas bendrauja atvirai ir išsamiai.	14	34	0	0	0	4,29
4,58	29	18	1	0	0	2. Paslaugos teikėjas yra visada pasirengęs tenkinti paslaugos vartotojo poreikius.	15	32	1	0	0	4,29
4,44	22	25	1	0	0	3. Paslaugos teikėjas nuolat domisi paslaugos vartotojo pasitenkinimo įvertinimu.	12	35	1	0	0	4,23
4,50	25	22	1	0	0	4. Paslaugų teikėjo asmeninės savybės sukelia paslaugų vartotojui pasitikėjimo ir saugumo emocijas.	10	36	2	0	0	4,17
4,44	21	27	0	0	0	5. Užtikrinamas informacijos konfidencialumas.	14	32	2	0	0	4,25
4,48	595	468	12	0	0		325	676	18	0	0	4,25