



PRIESKUM KVALITY POSKYTOVANÝCH SLUŽIEB POŠTOVEJ BANKY, A. S. NA POŠTE KEŽMAROK 1

Martina Gogolová¹, Eva Kovalčíková²

1. ÚVOD

Kvalita je v súčasnosti najvýznamnejším aspektom podnikateľského úspechu a spolu s cenou je zároveň hlavným faktorom voľby zákazníka v otázke služieb. Budúcnosť každej organizácie poskytujúcej služby je bytostne závislá na správaní sa jednotlivých skupín zákazníkov. Pre dosiahnutie maximálnej spokojnosti a lojality zákazníkov je potrebné systematické preskúmanie požiadaviek zákazníkov, ich rýchle a efektívne uspokojovanie a systematické meranie ich spokojnosti a lojality. Zámerom príspevku je poukázať na prípadné nedostatky v oblasti poskytovania služieb na Pošte Kežmarok 1 a navrhnúť opatrenia, ktoré by viedli k zvýšeniu kvality a tým aj spokojnosti zákazníkov.

2. PRIESKUM KVALITY POSKYTOVANÝCH SLUŽIEB

2.1. Metodika

Cieľom prieskumu bolo zistiť, ako vnímajú zákazníci Poštovej banky, a.s. kvalitu služieb na Pošte Kežmarok 1, porovnať ju s kvalitou služieb poskytovaných na Pošte Kežmarok 3 a navrhnúť opatrenia na odstránenie zistených nedostatkov.

Boli stanovené nasledujúce hypotézy, ktoré prieskum svojimi výsledkami potvrdil alebo vyvrátil:

- viac ako 50% oslovených zákazníkov je s kvalitou služieb úplne spokojných,
- 80% zákazníkov považuje odbornú znalosť zamestnancov za veľmi dôležité kritérium,
- 80% zákazníkov považuje ochotu a správanie sa zamestnancov za veľmi dôležité kritérium,
- viac ako 70% zákazníkov sú s dobou čakania na obsluhu úplne spokojní.

Na prieskum kvality poskytovaných služieb Poštovej banky, a.s. na Pošte Kežmarok 1 bolo zvolené osobné dopytovanie. Dopytovanie prebehlo anonymne pri priehradke Pošty Kežmarok 1 a Kežmarok 3.

¹ Ing. Martina Gogolová, PhD., Katedra ekonomiky, F PEDAS, ŽU v Žiline, Univerzitná 1, 010 26 Žilina, Slovenská republika, e-mail: martina.gogolova@fpedas.uniza.sk

² Ing. Eva Kovalčíková, Pošta Kežmarok 1, Mučeníkov 2, 060 01 Kežmarok

Dostupnú vzorku pri prieskume kvality poskytovaných služieb Poštovej banky, a.s. na Pošte Kežmarok 1 a na pošte Kežmarok 3 tvorili zákazníci vo veku nad 18 rokov. Výberový súbor tvorilo spolu 200 respondentov.

Na získavanie primárnych údajov pri prieskume bol použitý dotazník ako jeden z nástrojov marketingového prieskumu. Dotazník vyplňali respondenti priamo v mieste spotreby pri priehradke na Pošte 1 a na Pošte 3.

Dotazník obsahoval celkom 15 uzatvorených otázok, ktoré boli formulované tak, aby ich vyplňanie bolo pre respondentov čo najjednoduchšie a časovo čo najmenej náročné. V dotazníku boli zisťované nasledujúce informácie:

- celková spokojnosť so službami Poštovej banky, a.s., pričom bola použitá stupnica od 3 – 0, kde 3 predstavovala úplnú spokojnosť a 0 predstavovala úplnú nespokojnosť,
- spokojnosť s jednotlivými kritériami kvality služieb, pričom bola použitá stupnica od 3 – 0, kde 3 predstavovala úplnú spokojnosť a 0 predstavovala úplnú nespokojnosť,
- dôležitosť jednotlivých kritérií kvality, pričom bola použitá stupnica od 3 - 0, kde 3 predstavovala najvyššiu dôležitosť daného kritéria a 0 predstavovala nedôležitosť daného kritéria kvality,
- v časti týkajúcej sa respondenta bola zisťovaná veková kategória, sociálne postavenie a ako často respondenti navštevujú Poštovú banku, a.s. na pošte.

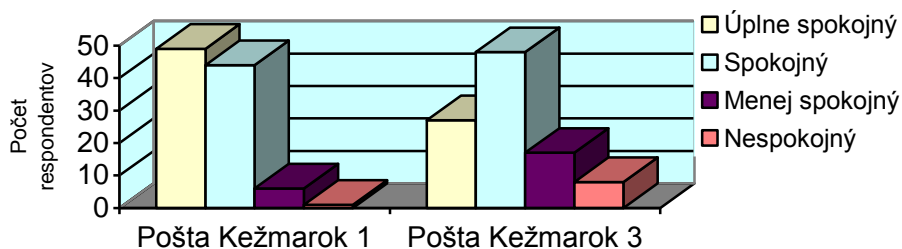
Výsledky prieskumu boli štatisticky spracované a graficky prezentované. Použili sa nasledujúce štatistické ukazovatele: absolútna početnosť, relatívna početnosť, kumulovaná početnosť, aritmetický priemer, medián, modus, rozptyl, štandardná odchýlka a variačný koeficient.

2.2. Výsledky prieskumu

Prieskum kvality poskytovaných služieb Poštovej banky, a.s. bol zrealizovaný v mesiacoch jún – júl 2008 priamo v mieste spotreby (priehradka Pošty Kežmarok 1 a Pošty Kežmarok 3) a to počas úradných hodín. Počas prieskumu bolo oslovených spolu 200 zákazníkov Poštovej banky nad 18 rokov. Pri prieskume bol použitý dotazník. Návratnosť správne a úplne vyplnených dotazníkov bola 100%. Výsledky boli percentuálne spracované do tabuliek, pomocou štatistických veličín vyhodnotené, slovne a graficky interpretované podľa jednotlivých otázok z dotazníka.

Celková spokojnosť s poskytovaním služieb Poštovej banky, a.s.

Na základe výsledkov prieskumu sa dospelo k nasledujúcim skutočnostiam: na Pošte Kežmarok 1 je so službami Poštovej banky, a.s. úplne spokojných a spokojných spolu 93% zákazníkov a 6% zákazníkov je menej spokojných. Na Pošte Kežmarok 3 je so službami Poštovej banky, a.s. úplne spokojných a spokojných spolu 75% zákazníkov, 17% zákazníkov je menej spokojných a 8% je nespokojných (viď. obr. 1).



Obr. 1 Hodnotenie celkovej spokojnosti s poskytovaním služieb Poštovej banky
Zhodnotenie kvality služieb Poštovej banky, a.s. na Pošte Kežmarok 1 v porovnaní
s konkurenciou.

Z prieskumu spokojnosti s kritériami kvality služieb Poštovej banky, a.s. na Pošte Kežmarok 1 a Kežmarok 3 vyplýva, že zákazníci na Pošte Kežmarok 1 prejavili vyššiu spokojnosť s poskytovaním služieb Poštovej banky, a.s. ako na Pošte Kežmarok 3. Respondenti na Pošte Kežmarok 1 ohodnotili spokojnosť so všetkými kritériami kvality vyšším bodovým hodnotením ako respondenti na Pošte Kežmarok 3 (viď. tab. 1). Medzi kritériá, s ktorými sú zákazníci na Pošte Kežmarok 1 najviac spokojní patrí: odborná znalosť zamestnancov, vystupovanie zamestnancov a propagácia produktov.

Tabuľka 1 Prehľad hodnotenia spokojnosti

Spokojnosť	Pošta	N	Priemer	Medián	Modus	Rozptyl	Štandardná odchýlka	Variačný koeficient
Celková spokojnosť	KK 1	100	2,41	2	3	0,422	0,649	0,269
	KK 3	100	1,94	2	2	0,756	0,869	0,448
Odborná znalosť	KK 1	100	2,64	3	3	0,29	0,538	0,204
	KK 3	100	2,17	2	2	0,401	0,633	0,292
Vystupovanie zamestnancov	KK 1	100	2,61	3	3	0,318	0,564	0,216
	KK 3	100	2,37	2	3	0,433	0,658	0,278
Riešenie sťažností	KK 1	100	2,13	2	2	0,578	0,76	0,357
	KK 3	100	1,93	2	2	0,585	0,765	0,396
Doba čakania na obsluhu	KK 1	100	2,15	2	3	0,807	0,899	0,418
	KK 3	100	1,61	2	2	0,698	0,835	0,519
Rýchlosť obsluhy pri priehradke	KK 1	100	2,33	3	3	0,681	0,825	0,354
	KK 3	100	1,71	2	2	0,666	0,816	0,477
Umiestnenie propag. materiálov	KK 1	100	2,07	2	2	0,465	0,682	0,329
	KK 3	100	2,16	2	2	0,434	0,659	0,305
Propagácia produktov	KK 1	100	2,27	2	2	0,357	0,598	0,263
	KK 3	100	2,24	2	2	0,422	0,65	0,29

Vlastné spracovanie

Z prieskumu dôležitosti jednotlivých kritérií kvality služby Poštovej banky, a.s. na Pošte Kežmarok 1 a Kežmarok 3 vyplýva, že pre zákazníkov na Pošte Kežmarok 1 sú jednotlivé kritériá kvality dôležitejšie ako pre zákazníkov na Pošte Kežmarok 3 (vid'. obr. 2). Medzi najdôležitejšie kritériá kvality pre zákazníkov na Pošte Kežmarok 1 patrí: odborná znalosť zamestnancov, vystupovanie zamestnancov, rýchlosť obsluhy pri priehradke a doba čakania na obsluhu.

Tabuľka 2 Prehľad hodnotenia dôležitosti

Dôležitosť	Pošta	N	Priemer	Medián	Modus	Rozptyl	Štandardná odchýlka	Variačný koeficient
Odborná znalosť	KK 1	100	2,83	3	3	0,141	0,376	0,133
	KK 3	100	2,73	3	3	0,277	0,526	0,193
Vystupovanie zamestnancov	KK 1	100	2,86	3	3	0,16	0,4	0,14
	KK 3	100	2,67	3	3	0,341	0,584	0,219
Riešenie sťažností	KK 1	100	2,54	3	3	0,428	0,654	0,257
	KK 3	100	2,46	3	3	0,588	0,767	0,312
Doba čakania na obsluhu	KK 1	100	2,79	3	3	0,186	0,431	0,154
	KK 3	100	2,52	3	3	0,37	0,608	0,241
Rýchlosť obsluhy pri priehradke	KK 1	100	2,72	3	3	0,242	0,491	0,18
	KK 3	100	2,51	3	3	0,51	0,714	0,284
Umiestnenie propag. Materiálov	KK 1	100	2,14	2	2	0,46	0,678	0,317
	KK 3	100	1,64	2	2	1,15	1,07	0,652
Propagácia produktov	KK 1	100	2,32	2	2	0,338	0,581	0,25
	KK 3	100	2,29	2	2	0,727	0,853	0,372

*Vlastné spracovanie***Potvrdenie, respektíve vyvrátenie stanovených hypotéz**

Hypotézu, že viac ako 50% zákazníkov je s kvalitou služieb úplne spokojných, prieskum potvrdil. Na základe odpovedí uvedených v dotazníku bolo zistené, že s celkovou spokojnosťou so službami Poštovej banky, a.s. je až 93% zákazníkov spokojných, z toho 49% je úplne spokojných.

Hypotézu, že 80% zákazníkov považuje odbornú znalosť zamestnancov za veľmi dôležité kritérium, prieskum potvrdil. Z prieskumu vyplýva, že 83% zákazníkov považuje odbornú znalosť za veľmi dôležité kritérium.

Hypotézu, že 80% zákazníkov považuje ochotu a správanie sa zamestnancov za veľmi dôležité, prieskum opäť potvrdil. Pre 88% zákazníkov je správanie sa zamestnancov veľmi dôležité kritérium.

Hypotézu, že viac ako 50% zákazníkov je s dobou čakania na obsluhu úplne spokojných, prieskum vyvrátil. Z prieskumu vyplýva, že s dobou čakania na obsluhu je úplne spokojných len 44% oslovených zákazníkov.

3. ZÁVER

I napriek vysokej spokojnosti klientov Poštovej banky, a.s. na Pošte Kežmarok 1 je potrebné venovať trvalú pozornosť kvalite poskytovaných služieb. Kvalitu služby je najdôležitejšie hodnotiť najmä z pohľadu zákazníkov. Požiadavky zákazníkov sa stávajú čoraz náročnejšími. To, čo bolo mimoriadne pred niekoľkými rokmi, sa v súčasnosti stáva bežným. Vysoký stupeň konkurencie zvyšuje potrebu nielen vysokej kvality, ale aj profesionálneho prístupu k zákazníkom. Je preto dôležité zamerať sa na ľudský faktor a budovať dobré a dlhodobé vzťahy medzi kontaktným personálom a zákazníkmi. Podniky poskytujúce služby musia venovať osobitnú pozornosť zamestnancom, ktorí sa na poskytovaní služieb podieľajú. Vzťah podniku ku zamestnancom sa odráža v ich vzťahu k zákazníkom. Zamestnanci, ktorí sú v priamom kontakte so zákazníkmi rozhodujú o kvalite poskytnutej služby, o spokojnosti zákazníkov a v konečnom dôsledku aj o úspechu podniku. Z toho dôvodu sú na nich kladené vysoké nároky. Ide hlavne o ich prejav profesionálnosti poskytnúť požadovanú službu, o spôsob komunikácie so zákazníkmi, vonkajší prejav ich nálady, schopnosť prezentovať aj širšiu ponuku služieb podniku, vyzdvihnúť jedinečné vlastnosti služby a zdôrazňovať image podniku. V očiach zákazníkov stelesňujú podnik, ktorý zákazníci navštívili. Zvlášť významné je budovanie dôvery najmä vo finančných službách, kde zákazník splnomocňuje pracovníka na určité činnosti. Pracovník musí citlivo a pozorne udržiavať úroveň dôvery zákazníka, musí vyžarovať istotu, sebadôveru a zdvorilosť. Preto jednou z primárnych požiadaviek podnikov pôsobiacich v terciárnom sektore je zamestnávanie kvalitného a odborne zdatného personálu, ktorý sa stal významným zdrojom konkurenčnej výhody.

Literatúra

- [1] KOVALČÍKOVÁ, E.: Kvalita poskytovaných služieb Poštovej banky, a.s. na Pošte Kežmarok 1. Diplomová práca. Žilinská univerzita v Žiline, F PEDAS, Katedra ekonomiky, Žilina, 2009

Grantová podpora

VEGA č. 1/0471/08 Marketingová komunikácia podniku služieb – integrovaný model podnikovej komunikácie a komunikácie so zákazníkom.