



HODNOTENIE SPOKOJNOSTI ZÁKAZNÍKOV S POŠTOVÝMI SLUŽBAMI V OKRESE DOLNÝ KUBÍN

Anna Paďourová¹, Ján Hanulík²

Abstract: Nowadays, the term quality is an important and crucial aspect for every business entity in all sectors, including postal services. In the long term, the main aspect focuses on the quality of the provided services, that aim to satisfy the customer's needs in the highest quality and in the shortest time. Therefore, the competitiveness of companies is a crucial factor for keeping existing and acquiring new customers. A customer satisfaction survey in the field of the services and quality of goods provided by the company seems to be a reliable method of keeping customers and being competitive in the product and service market.

Keywords: Customers, customer satisfaction, qualita, product, service market.

Úvod

Z pohľadu manažérstva kvality definujeme zákazníka ako organizáciu alebo osobu, ktorá prijíma výsledky našej práce. V podnikovom prostredí rozlišujeme dva druhy zákazníkov - *interných* a *externých*. Internými zákazníkmi sú zamestnanci firmy a medzi externých zákazníkov patria odberatelia. Podnik by mal vedieť kto je jeho skutočným zákazníkom a u koho bude merať spokojnosť. Definovanie zákazníkov, popri meraní spokojnosti zákazníkov, pokladáme za jednu z najdôležitejších činností podniku, ktorá neovplyvňuje iba náklady spojené s meraním spokojnosti, ale aj všetky ďalšie činnosti, ktoré budú s týmto meraním súvisieť. Zákazník je ten, koho potreby a želania uspokojujeme za niektorú z foriem platby. Zákazník platiaci za produkt alebo službu, musí mať pocit, že podnik, ktorému platí za zakúpený produkt alebo službu si peniaze skutočne zaslúži. [1]

Spokojnosť zákazníka je stav, keď: „*Potreby a očakávania sú uspokojované stále, počas celej životnosti výrobku alebo poskytovania služby*.“ Spokojnosť sa určuje ako „*Zákazníkom vnímaná úroveň, do akej sa splnili jeho požiadavky*“. O spokojnosti zákazníka môžeme hovoriť vtedy, ak výkon, ktorý zákazník očakáva sa potvrdí alebo prekoná. Spokojnosť zákazníka predstavuje jeho názor na úroveň transakcie, ktorá splnila jeho potreby a očakávania. Spokojnosť zákazníka patrí k subjektívnym pocitom.

Zákazník si po nákupe uvedomuje hodnotu toho čo získal. Porovnávaním vnímanej skutočnej hodnoty so svojimi požiadavkami, nadobúda pocity spokojnosti alebo nespokojnosti. Môžeme teda povedať, že pod pojmom „*hodnota pre zákazníka*“ rozumieme zákazníkom vnímanú a definovanú úroveň kvality, ktorá porovnávaním s reálne nadobudnutou hodnotou vzbudzuje stav spokojnosti alebo nespokojnosti. Hodnota pre zákazníka zahŕňa vždy dva elementárne prvky: cenu a kvalitu. Môžeme si to všimnúť pri nakupovaní produktov, že sa zákazník riadi nielen kvalitou výrobku ale aj jeho cenou. [5][7]

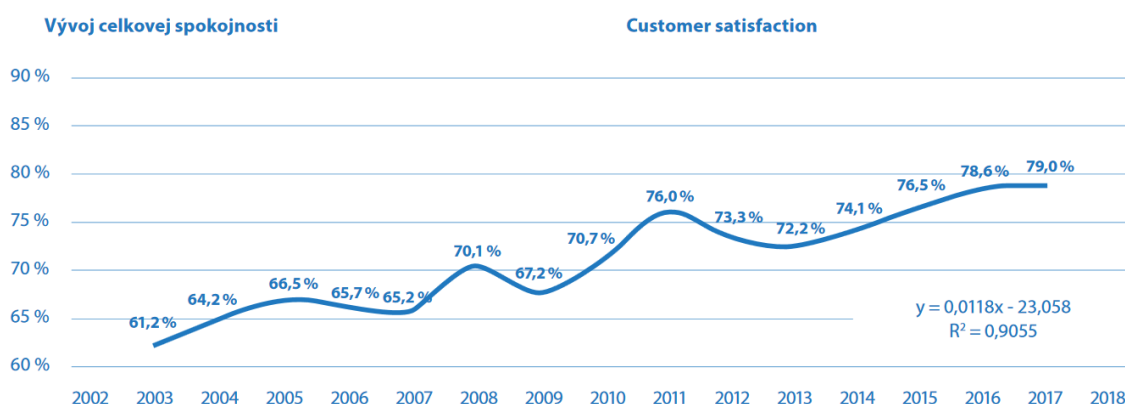
¹Ing. Anna Paďourová, PhD., Žilinská univerzita, Fakulta PEDAS, Univerzitná 1, 010 26 Žilina
tel.: 041/5133129, e-mail: anna.padourova@fpedas.uniza.sk

²Ján Hanulík, Žilinská univerzita, Fakulta PEDAS, Univerzitná 1, 010 26 Žilina,
e-mail: hanulik2@stud.uniza.sk

Analýza súčasného stavu

Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb (ďalej regulačný úrad) určuje kvalitatívne požiadavky na poskytovanie univerzálnej služby („Požiadavky na kvalitu univerzálnej služby“) a ako orgán štátnej správy s celoslovenskou pôsobnosťou v oblasti elektronických komunikácií a poštových služieb kontroluje ich dodržiavanie. Súčasťou týchto požiadaviek je aj hodnotenie spokojnosti zákazníkov s poskytovaním univerzálnej služby.[6] Podľa nezávislého prieskumu spokojnosti zákazníkov vykonaného Žilinskou univerzitou v Žiline dosiahla Slovenská pošta, a. s. spokojnosť zákazníkov s poskytovaním univerzálnej služby na úrovni 79 %, čo znamená nárast oproti roku 2016 o 0,4 %. Úroveň spokojnosti zákazníkov bola vyhodnotená prostredníctvom 1 200 oslovených respondentov. Celková spokojnosť zákazníkov s poskytovaním univerzálnej služby potvrdila rastúci trend za posledné roky. Dodanie zásielok adresátom v stanovených časoch prepravy patrí do súboru charakteristík, ktoré tvoria úroveň hodnoty produktu vnímanú používateľmi poštových služieb. SP bola v roku 2017 na základe zadania regulačného úradu povinná splniť normy kvality na 94 %. Plnenie noriem kvality bolo vyhodnotené prostredníctvom meraní kontrolných zásielok zrealizovaných nezávislými subjektmi.

Zákazníci v rámci prieskumu vyjadrili najvyššiu spokojnosť s ústretovým prístupom zamestnancov SP, a. s. , ktorí – tak ako doručovatelia aj zamestnanci na pobočkách sú v priamom styku so zákazníkom. Bolo zaznamenané vysoké percento spokojnosti s ich prácou. Vzrástla spokojnosť s kvalitou kuriérskej služby a zlepšenie je vidieť aj pri hodnotení návštevnosti pobočky. Vysokú úroveň spokojnosti dosiahli aj atribúty ako je spokojnosť s rýchlosťou dodávania zásielok a jednoduchosť používania produktov.



Obrázok 1 Vývoj celkovej spokojnosti s poskytovaním univerzálnej poštovej služby
(Zdroj: výročná správa SP, a.s. 2017)

Na alternatívnych poskytovateľov poštových služieb sa nevzťahuje realizácia nezávislého hodnotenia spokojnosti zákazníkov alebo merania kvality. Títo poskytovatelia sa zameriavajú iba na vyhodnocovanie počtu či podielu reklamácií a sťažností.

V roku 2017 sa hodnotenie spokojnosti zákazníkov poskytovateľa univerzálnej služby riešilo aj na regionálnej úrovni. Bola zisťovaná spokojnosť zákazníkov s poskytovanými poštovými službami v okrese Dolný Kubín. Z výsledkov skúmania rôznych kritérií kvality - primeranosť cien, spokojnosť s dobou otváracích hodín, rýchlosť doručenia poštových zásielok vyplynulo, že väčšina respondentov bola spokojná s poskytovanými poštovými službami SP, a. s.. Respondenti v ďalších požiadavkách na zlepšenie kvality poštových služieb uviedli, že by privítali kratšiu čakaciu dobu pri priehradkách pôšt. Ďalším dôležitým aspektom, ktorý vníma zákazník pri poskytovaní služieb sú primerané ceny za poštové služby.

Táto požiadavka patrila tiež k tým najžiadanejším a v konečnom dôsledku by prilákala viacej zákazníkov opätovne využívať ponúkané poštové služby.

Cieľ práce, metodika práce, metódy skúmania

Cieľom tohto článku je vyhodnotiť spokojnosť zákazníkov s poštovými službami v okrese Dolný Kubín prostredníctvom marketingového prieskumu. Za objekt skúmania je považovaná spokojnosť resp. nespokojnosť zákazníkov s poštovými službami. Marketingový výskum bol realizovaný pomocou dotazníkového prieskumu. Výsledky prieskumu hodnotenia spokojnosti zákazníkov s poštovými službami boli spracované a vyhodnotené prostredníctvom balíka Microsoft Office 2007, kde sme využili najmä Excel a Word.

Primárneho výskumu sa zúčastnili len respondenti využívajúci poštovú službu v okrese Dolný Kubín. Pre výpočet vzorky bola stanovená spoľahlivosť odhadu 99%, pričom príslušná hodnota v tabuľkách zodpovedá hodnote 2,58. Tolerovaná maximálna prípustnosť rozpätia chýb bola zvolená ± 11 . Variabilnosť základného súboru vyjadruje koeficient 0,5. Počet respondentov bol zvolený po vypočítaní veľkosti vzorky, ktorá výrazne ovplyvňuje celkový výsledok výskumu. Dotazníkového výskumu sa zúčastnilo 105 respondentov, z čoho bolo 67 mužov a 38 žien.

Výsledky a diskusia

Výskum sa realizoval dlho, museli sme dosiahnuť určený počet respondentov, ktorých nám výpočtom stanovila minimálna vzorka. Boli to respondenti pochádzajúci z okresu Dolný Kubín, rôzneho pohlavia, vekovej kategórie, či sociálneho postavenia. Cieľom marketingového výskumu bolo identifikovať mieru spokojnosti zákazníkov s poskytovanými poštovými službami na území okresu Dolný Kubín. Ide o územie, ktoré je v zmysle požiadaviek na dostupnosť univerzálnej poštovej služby pokryté v legislatívne vyžadovaným počtom prístupových miest. Na základe analýzy poštových služieb boli stanovené predpoklady. [4]

Predpoklad 1: Predpokladáme, že viac ako 50 % respondentov býva v obciach okresu Dolný Kubín.

Predpoklad 2: Predpokladáme, že viac ako 40 % respondentov využíva služby Slovenskej pošty, a. s. mesačne.

Predpoklad 3: Predpokladáme, že viac ako 60 % respondentov SP, a.s. v okrese Dolný Kubín, je spokojných s otváracou dobou pošty.

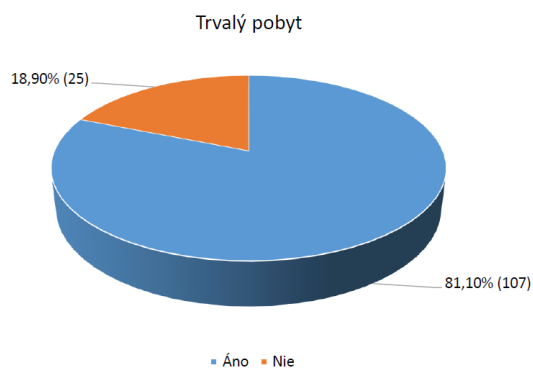
Predpoklad 4: Predpokladáme, že viac ako 15 % respondentov je veľmi nespokojných s cenami služieb Slovenskej pošty, a. s.

Predpoklad 5: – Predpokladáme, že viac ako 70 % respondentov využíva elektronické služby Slovenskej pošty, a. s.

Výsledky marketingového výskumu v okrese Dolný Kubín vo väzbe na stanovené predpoklady

Predpoklad 1: Predpokladáme, že viac ako 50 % respondentov býva v obciach okresu Dolný Kubín.

V prvej otázke sme zisťovali či respondenti majú trvalý pobyt v okrese Dolný Kubín. Táto otázka bola filtračná. Ak respondent uviedol, že nemá trvalý pobyt v Dolnom Kubíne (18,9 %), čo predstavuje 25 respondentov, ďalej v dotazníku nepokračoval. Počet respondentov, ktorý na otázku odpovedali kladne, zodpovedá vypočítanej vzorke respondentov (107). Z uvedeného obrázku je vidieť že 81,1 % respondentov má trvalý pobyt v okrese Dolný Kubín, z toho ale nevieme určiť či viac ako 50% respondentov býva v obciach okresu Dolný Kubín, čiže predpoklad sa nepotvrdil.



Obrázok 2 Trvalý pobyt respondentov v okrese Dolný Kubín (Zdroj: vlastné spracovanie)

Predpoklad 2: Predpokladáme, že viac ako 40 % respondentov využíva služby Slovenskej pošty, a. s. mesačne.

Respondenti, ktorí nevyužili služby Slovenskej pošty, a. s. aspoň jedenkrát mesačne boli dvaja, čo predstavuje 1,9 % a preto ďalej v dotazníku nepokračovali. 98,1 % (105) respondentov navštevuje pobočku SP, a. s. aspoň raz mesačne. Z uvedeného vyplýva, že predpoklad sa potvrdil.



Obrázok 3 Využitie služieb SP, a. s. v okrese Dolný Kubín (Zdroj: vlastné spracovanie)

Predpoklad 3: Predpokladáme, že viac ako 60 % respondentov SP, a.s. v okrese Dolný Kubín, je spokojných s otváracou dobou pošty.

Zistili sme, že 67,71 % respondentov, čo predstavuje 69 respondentov, vyjadrilo spokojnosť s otváracou dobou pôšt v okrese Dolný Kubín a 34,29 %, čo predstavuje 36 respondentov, zas vyjadrilo svoju nespokojnosť s otváracou dobou pôšt v danom okrese. Z uvedeného vyplýva, že viac ako 60 % respondentov je spokojných s otváracou dobou pôšt, čiže predpoklad sa potvrdil.

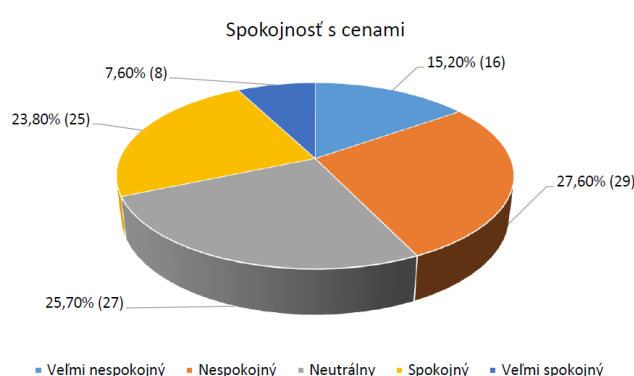


Obrázok 4 Spokojnosť respondentov s otváracou dobou SP, a. s. v okrese Dolný Kubín

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Predpoklad 4: Predpokladáme, že viac ako 15 % respondentov je veľmi nespokojných s cenami služieb Slovenskej pošty, a. s.

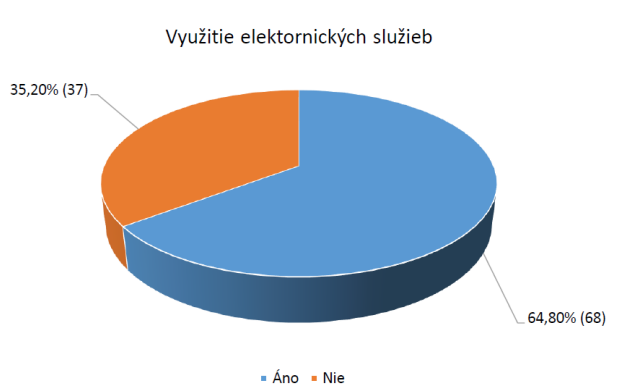
Zistili sme, že 7,6 % respondentov je veľmi spokojných s ponukou cien za služby Slovenskej pošty, a. s., 23,8 % je spokojných, 25,7 % respondentov je neutrálnych, čo znamená, že nevyjadrili ani spokojnosť a ani nespokojnosť s cenami, ktoré Slovenská pošta, a. s. ponúka za svoje služby. 27,6 % respondentov vyjadrilo svoju nespokojnosť a 15,2 % respondentov je veľmi nespokojných s cenami služieb SP, a.s.. Z uvedeného vyplýva, že viac ako 15 % respondentov sa vyjadrilo, že sú s cenami služieb SP, a. s. veľmi nespokojný a preto predpoklad sa potvrdil.



Obrázok 5 Spokojnosť respondentov s cenami za služby SP, a. s. v okrese Dolný Kubín
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Predpoklad 5: – Predpokladáme, že viac ako 70 % respondentov využíva elektronické služby Slovenskej pošty, a. s.

Zistili sme, že 64,8 % respondentov, čo predstavuje 68 respondentov označilo, že využívajú elektronické služby, ktoré ponúka Slovenská pošta, a. s.. 35,2 % respondentov, čo predstavuje 37 respondentov, ponúkané elektronické služby vôbec nevyužíva. Predpokladali sme, že viac ako 70 % respondentov využíva elektronické služby, avšak tento predpoklad sa nepotvrdil, pretože elektronické služby ponúkané SP, a. s. využíva menej ako 70 % respondentov.



Obrázok 6 Využitie elektronických služieb SP, a. s. v okrese Dolný Kubín
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Zhodnotenie výsledkov marketingového prieskumu

Prezentované výsledky marketingového prieskumu hodnotenia spokojnosti zákazníkov preukázali, respondenti v prevažnej miere navštevujú kontaktné miesta poskytovateľa

univerzálnej služby raz mesačne. Najviac ovplyvňujúcim aspektom, ktorý vplýva na správanie sa zákazníka je cena za poskytované služby SP, a. s.. Respondenti sú spokojní s otváracími dobami pobočiek SP, a. s. v okrese Dolný Kubín.

V porovnaní s predchádzajúcimi meraniami a hodnoteniami spokojnosti zákazníkov s poskytovaním poštových služieb v okrese Dolný Kubín je možné konštatovať, že vnímanie respondentov sa zlepšilo. Celková úroveň spokojnosti respondentov je dobrá, pričom 97 % respondentov by si v budúcnosti opäť zvolilo služby poskytovateľa univerzálnej poštovej služby. Iba 3 % respondentov uvažujú o alternatíve k Slovenskej pošte, a. s. a reálne vidia možnosť využiť služby spoločnosti DPD.

Z uvedeného vyplýva potreba budovania pozitívneho vzťahu poskytovateľa univerzálnej poštovej služby so svojimi zákazníkmi. Slabou stránkou sa javí predovšetkým spôsob komunikácie.

Záver

Prieskum spokojnosti zákazníkov s konkrétnymi službami či tovarom predstavuje spätnú väzbu pre firmy či organizácie, a zároveň umožňuje firmám zlepšovať svoje služby a produkty a možnosť, ako si zabezpečiť konkurencieschopnosť na trhu poštových služieb. [13] Zvyšovanie miery spokojnosti zákazníkov je najdôležitejším predpokladom záruky zákazníckej lojality k danej firme, službe alebo produktu. [14] Spoločnosť SP, a. s. zo strategického hľadiska môže dosahovať požadované výsledky iba vtedy, ak sa bude orientovať na zákazníka a permanentne sledovať jeho požiadavky a očakávania. Aplikácia výsledkov, ku ktorým sme dospeli dotazníkovým marketingovým prieskumom v uvedenom okrese, je nesporným dôkazom toho, že má meranie spokojnosti zákazníkov a využívanie získaných poznatkov z týchto meraní svoje opodstatnenie, konkrétne umožňuje zvyšovať spokojnosť zákazníkov, budovať lojálne vzťahy so zákazníkmi a v konečnom dôsledku prispievať k zvyšovaniu konkurencieschopnosti podniku.

Literatúra

- [1] ČOREJOVÁ, T. – ROSTÁŠOVÁ, M.: Diagnostický postup v manažérstve kvality v pošte. Žilina: EDIS – Vydavateľstvo ŽU, 1999. 94 s. ISBN 80-7100-619-X
- [2] FORET, M. – STÁVKOVÁ, J.: Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky. Praha: Grada Publishing, 2003. 159 s. ISBN 978-80-247-6260-9
- [3] KOTLER, P.: Marketing management. Praha: Grada Publishing, 2001. 719 s. ISBN 80-247-0016-6
- [4] MADLEŇÁK, R. – MADLEŇÁKOVÁ, L.: Comparison of regional postal transportation networks in Zilina region. In: Transport means 2015: proceedings of the 19th international scientific conference: October 22-23, 2015, Kaunas University of Technology, Lithuania. - ISSN 1822-296X. - Kaunas: Kaunas University of Technology, 2015. - S. 277-280
- [5] MADLEŇÁKOVÁ, L. - DROŽDZIEL, P. - MADLEŇÁK, R. - RUDAWSKA, A.: Viackriteriálny benchmarking expresných poštových služieb. In: POSTPOINT 2015 [elektronický zdroj]: „Perspectives and innovation for the postal, express and courier industries”: [11.] medzinárodná konferencia zástupcov poštových správ a univerzít: Žilina, Slovakia, 19.-20. október 2015: zborník príspevkov. - Žilina: Žilinská univerzita, 2015. - ISBN 978-80-554-1104-0. - CD-ROM, s. 154-166
- [6] MADLEŇÁKOVÁ, L. – MAJERČÁKOVÁ, M.: Právny rámec v elektronických komunikáciách a poštových službách. - 1. vyd. - Bratislava: DOLIS, 2015. - 151 s., - ISBN 978-80-8181-036-7

- [7] MATEIDES, A. – ĎAĎO, J.: Spokojnosť zákazníka a metódy jej merania: 2. Diel – Metódy. Bratislava: Epos, 2000. 255 s. ISBN 80-80557—224-0
- [8] MATEIDES, A. Spokojnosť zákazníka a metódy jej merania: 1. diel – Koncepty a skúsenosti. Epos, 1999. 270 s. ISBN 80-8057-113-9
- [9] NIMOHAJOVÁ, M.: Hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami Slovenskej pošty, a. s. v okrese Bytča. Bakalárska práca. Žilina: Žilinská univerzita v Žiline, 2017
- [10] PAĎOUROVÁ, A. – TENGLER, J.: Hodnotenie spokojnosti zákazníkov s poštovými službami spoločnosti Slovenská pošta, a. s. v okresoch Žilina a Martin. In: POSTPOINT 2015: 11. medzinárodná konferencia zástupcov poštových správ a univerzít: Žilina, Slovakia, 19.-20. október 2015: zborník príspevkov. - Žilina: Žilinská univerzita, 2015. s. 193-202. - ISBN 978-80-554-1104-0. - CD-ROM
- [11] PAĎOUROVÁ, A. – TENGLER, J.: Hodnotenie spokojnosti zákazníkov s poštovými službami spoločnosti Slovenská pošta, a. s. v okresoch Námestovo a Dolný Kubín. In: POSTPOINT 2015: medzinárodná konferencia zástupcov poštových správ a univerzít: Žilina, Slovakia, 19.-20. október 2015 : zborník príspevkov. - Žilina: Žilinská univerzita, 2015. s. 182-192. - ISBN 978-80-554-1104-0. - CD-ROM
- [12] PAĎOUROVÁ, A. [et al.]: Hodnotenie spokojnosti zákazníkov s poštovými službami spoločnosti Slovenská pošta, a. s. v okresoch Poprad a Považská Bystrica, In: Rozvoj Euroregiónu Beskydy X: spoločensko-ekonomické podmienky v regiónoch v období globalizácie: ekonomika - manažment - bezpečnosť: medzinárodná vedecká konferencia: zborník: Žilina, 4.11.2016. 2. diel. - Žilina: Žilinská univerzita, 2016. s. 110-119. - ISBN 978-80-554-1290-0. - CD-ROM
- [13] ROSTAŠOVÁ, M. a kol.: Kvalita služby vnímaná zákazníkom. Žilina : EDIS – vydavateľstvo ŽU, 2008. 129 s. ISBN 978-80-8070-894-8
- [14] STRENITZEROVÁ, M.: Metodika merania spokojnosti zákazníkov s poštovými službami. In: POSTPOINT 2009: Žilina, 16.-18.9.2009: zborník prednášok. - Žilina: Žilinská univerzita, 2009. - S. 227-233. - ISBN 978-80-554-0085-3

Grantová podpora

VEGA – 1/0152/18 Obchodné a podnikateľské modely a platformy v digitálnom prostredí
VEGA – 1/0087/18 Posilnenie konkurencieschopnosti Žilinského regiónu prostredníctvom zvyšovania vplyvu Žilinskej univerzity v regióne a v meste Žilina