

Studia podyplomowe  
Zarządzanie w Przemysle Naftowym i Gazowniczym

## **Jakość usług**

*(Metoda SERVQUAL oraz ocena jakości usług -wskaźnik CSI)*

**Jan Sas**

*Kraków, 2016*

## DEFINICJE USŁUGI

- Termin usługa, wywodzący się z teorii ekonomicznych, oznacza wszelkie czynności pożyteczne związane z pracą nieprodukcyjną, w odróżnieniu od czynności prowadzących do produkcji dóbr materialnych
- Wg Oskara Lange: *usługi to czynności związane z zaspokojeniem potrzeb ludzkich, które nie służą do bezpośredniej produkcji dóbr materialnych.*
- (P. Kotler): *usługa to dowolne działanie jakie jedna strona może zaoferować innej. Jest ona **nienamacalna i nie prowadzi do jakiegokolwiek własności.** Jej produkcja **może być związana lub nie z produktem fizycznym.***
- **Cechy usług (wg Kotlera):** *nienamacalność, nierozłączność, różnorodność, brak możliwości przechowywania*

# JAKOŚĆ I JAKOŚĆ USŁUG - DEFINICJE

## Jakość

- (ISO 9000: 2005): *Jakość to stopień w jakim zespół inherentnych właściwości spełnia wymagania*
- Crosby: *jakość to zgodność z wymaganiami*

## Jakość usług

- (M. Bugdol): *Jakość usługi to stopień w jakim dana usługa zaspokaja potrzeby i oczekiwania klientów*

## METODA SERVQUAL (SQ)

Służy do pomiaru różnic pomiędzy poziomem zaspokojenia oczekiwań (**jakość oczekiwana**), a postrzeganiem usług przez klienta (**jakość postrzegana**). Autorzy Parasuraman, Zeithaml i Berry.

### Cechy zapewniające zadowolenie klienta usługi

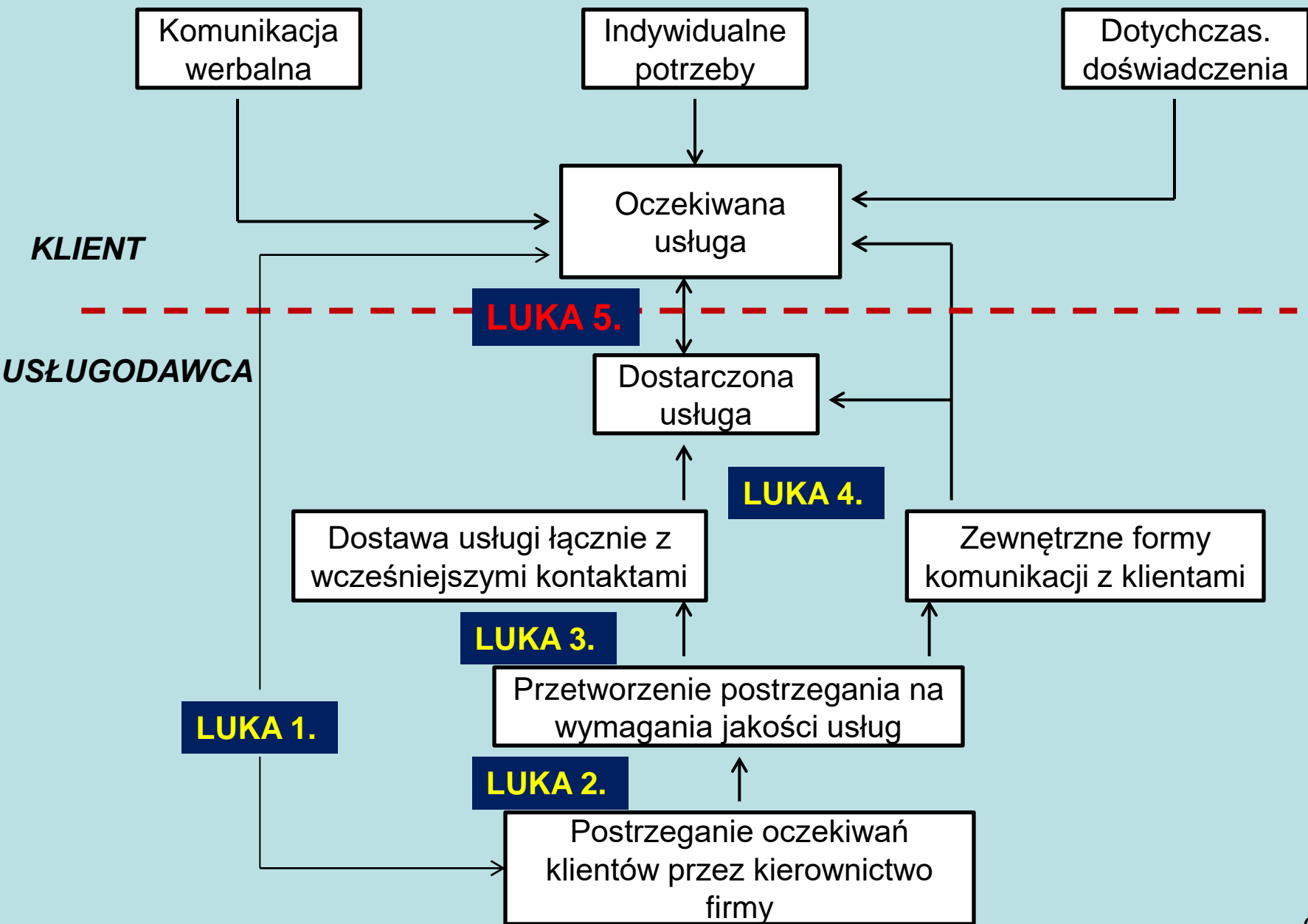
<b>Konkretyzacja usługi (tangibles)</b>	urządzenia, sprzęt, wyposażenie, środki komunikacji, personel
<b>Niezawodność (reliability)</b>	umiejętność przygotowania usługi solidnie, rzetelnie
<b>Szybka reakcja na potrzeby rynku (responsiveness)</b>	reakcja i szybkość działania firmy, zgodnie z oczekiwaniami klienta
<b>Fachowość i pewność (assurance)</b>	wiedza merytoryczna pracowników, takt oraz umiejętność zdobywania zaufania klientów
<b>Empatia (empathy)</b>	troskliwa, zindywidualizowana obsługa, utożsamianie się z potrzebami klienta

# METODA SERVQUAL (SQ)

## PIĘĆ LUK JAKOŚCI USŁUG:

- Luka 1.: oczekiwania klienta – postrzeganie tych oczekiwań przez kierownictwo firmy.
- Luka 2. postrzeganie oczekiwań klientów przez kadre – specyfikacja jakości usług.
- Luka 3.: specyfikacja jakości usług – jakość świadczenia usługi.
- Luka 4.: jakość świadczenia usługi – informacje uzyskane przez klienta na jej temat.
- Luka 5.: poziom spełnienia oczekiwań – postrzeganie usługi przez klienta.**

# MODEL JAKOŚCI USŁUG



# SERVQUAL W USŁUGACH EDUKACYJNYCH

*Przykładowe obszary jakości usług edukacyjnych:*

- organizacja procesu kształcenia,
- kompetentna i przyjazna obsługa w dziekanacie
- atrakcyjność oferty edukacyjnej, dostosowanie do potrzeb rynku,
- kompetencje prowadzących zajęcia,
- wyposażenie w pomoce naukowe,
- poziom nauczania,
- jasne określenie wymagań,
- możliwość rozwoju naukowego,
- infrastruktura materialna w miejscu kształcenia,
- zasobność i dostępność biblioteki,
- możliwość wyjazdów zagranicznych w ramach kształcenia,
- przygotowanie absolwentów do pracy zawodowej,
- atrakcyjność życia studenckiego.

## Przykład przeprowadzenia badań:

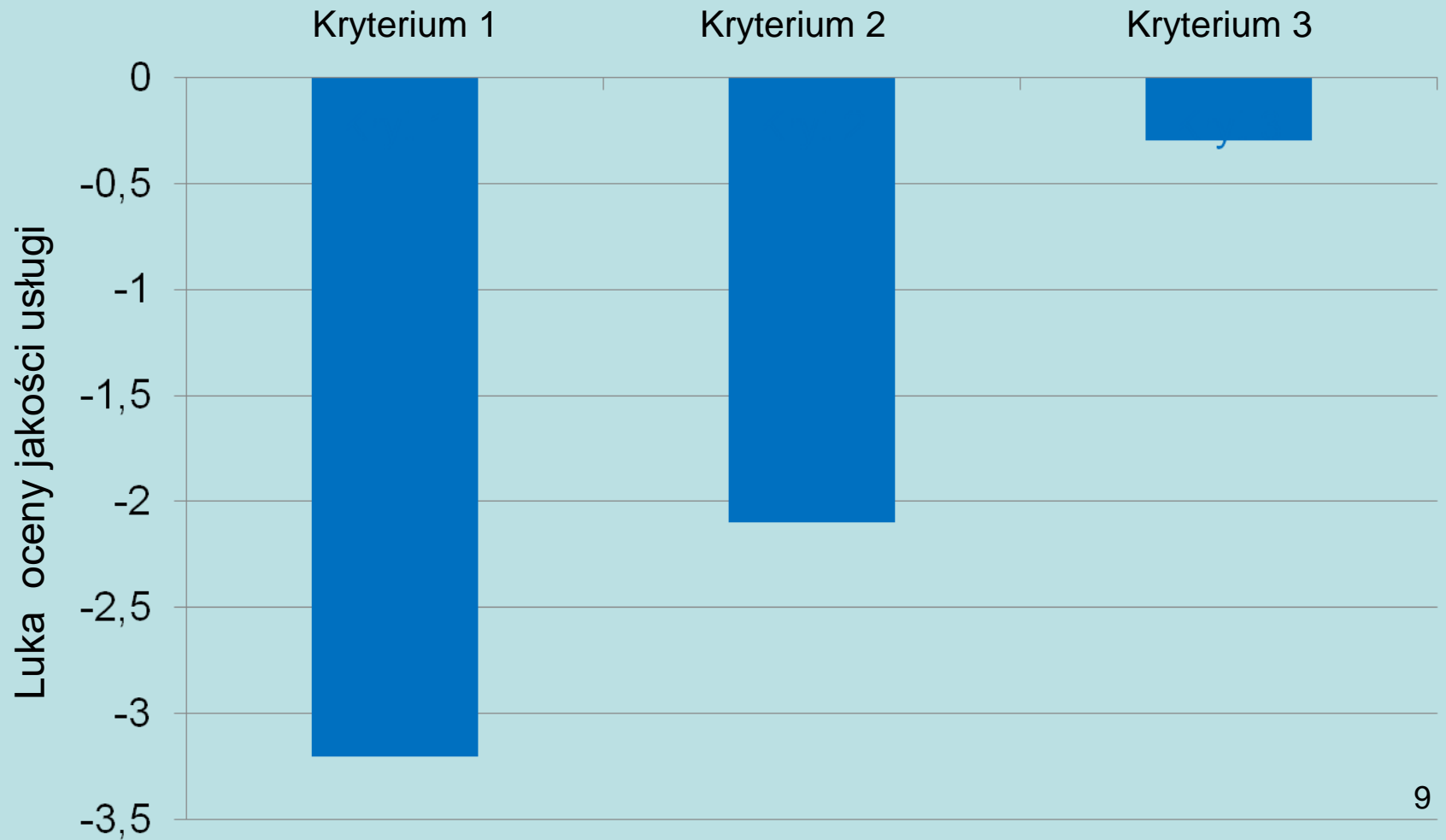
<b>Kryteria oceny</b>	Oczekiwany poziom usług	Ocena jakości dostarczonej	Różnica jakości (luka 5.)
1. Organizacja procesu kształcenia	6,40	3,20	-3,20
2. Kompetencje prowadzących zajęcia	7,00	4,90	-2,10
3. Zasobność i dostępność biblioteki	6,10	5,80	-0,30
4. Atrakcyjność życia studenckiego	6,50	6,50	0
...			
...			
<b>OCENA KOŃCOWA</b>	<b>6,50</b>	<b>5,10</b>	<b>-1,40</b>

(Luka -1,40 oznacza spełnienie oczekiwań w 78,5%)

1. Ocena jakości usług w skali 1-7 lub 1-5 (wynik najgorszy:1, najlepszy: 7 (5)).
2. Zapisywane rezultaty – dla ocen indywidualnych, bądź zbiorczo dla wartości średnich.
3. Wynik końcowy w postaci wartości luki 5.



## Wykres oceny jakości usługi



## Ćwiczenie 5: metoda Servqual

### Zakres ćwiczenia

1. *Powołanie zespołów (3-4 osobowe)*
2. *Wybór rodzaju usługi*
3. *Określenie kryteriów oceny jakości usługi*
4. *Przeprowadzenie oceny indywidualnej dla uzgodnionych kryteriów, a następnie oceny uśrednionej*
5. *Sporządzenie wykresu luk jakości (+ ewentualnie analizy Pareto-Lorenza)*

*Czas: 20 min.*

## **Przykładowe instytucje usługowe:**

- *Obsługa klienta w BOK-u*
- *Studia Podyplomowe*
- *Przychodnia zdrowia*
- *Osiedle studenckie*
- *Biblioteka publiczna*
- *Restauracja*
- *Usługi hotelowe*
- *Biuro turystyczne (krajowe i zagraniczne)*

**(Jeden rodzaj usługi max dla dwóch grup zadaniowych)**

## Ankieta 1: OCENA JAKOŚCI USŁUG (met. SERVQUAL)

Lp.	Kryteria oceny (cechy jakościowe)	Oczekiwany poziom usługi	Ocena poziomu usługi dostarczonej	Różnica jakości (luka 5.)
1		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	
2		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	
3		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	
4		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	
5		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	
6		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	
7		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	
8		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	
9		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	
10		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	
11		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	12

# **METODA CSI**

*(Customer Satisfaction Index)*

## METODA CSI (Customer Satisfaction Index)

- Metoda CSI pozwala na określenie poziomu (wskaźnika) zadowolenia klienta z oferowanych produktów lub usług.
- Ocenie podlegają ustalone wcześniej kryteria (wymagania) w przeprowadzonych badaniach ankietowych.
- W wyniku badań wyznacza się wskaźnik poziomu zadowolenia klienta (CSI) oraz buduje mapy jakości dla poszczególnych kryteriów.
- Oceniane jest znaczenie danego wymagania oraz osiągnięty poziom zadowolenia ze spełnienia tego wymagania (kryterium).
- Stosowana skala oceny: 1-5 (wynik najgorszy to 1, najlepszy to 5).

# POMIAR WSKAŹNIKA ZADOWOLENIA KLIENTA (CSI)

$$CSI = \sum_{i=1}^N w_i c_i$$

gdzie:

*i* – numer kolejnego badanego wymagania,

*N* – liczba wymagań uwzględniona w analizie,

*w<sub>i</sub>* - współczynnik znaczenia (waga) danego wymagania (stała suma =1)

*c<sub>i</sub>* - ocena zadowolenia klienta z *i*-tego wymagania (skala 1-5)

Można wyrazić wskaźnik CSI w % maksymalnego możliwego wyniku (CSI<sub>%</sub>)

$$CSI_{\%} = \left( \frac{CSI}{CSI_{max}} \right) 100\%$$

dla:

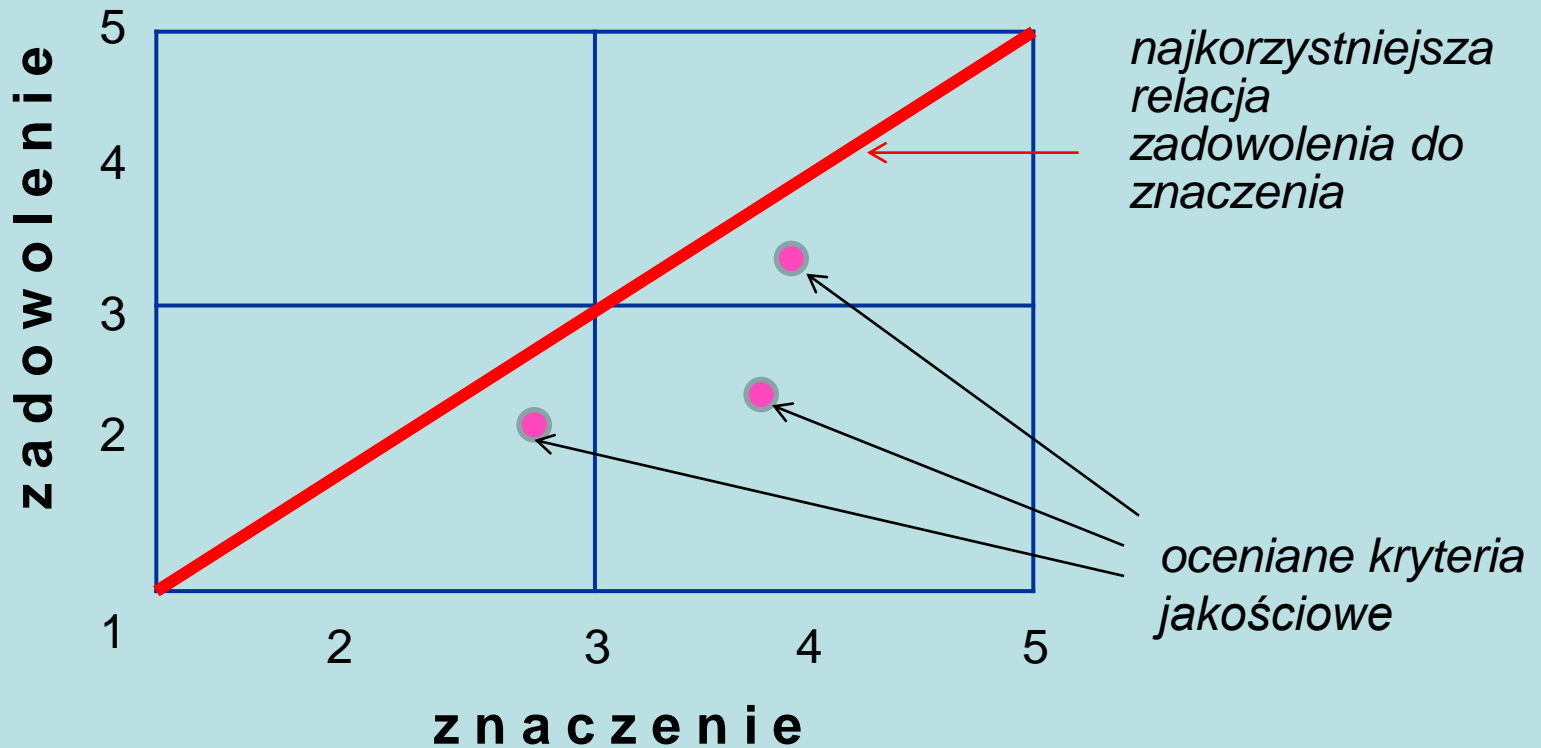
$$CSI_{max} = \sum_{i=1}^N w_i c_{imax}$$

gdzie: *c<sub>imax</sub>* – maksymalna możliwa ocena *i*-tego wymagania

Najkorzystniej gdy:

$$\frac{c_i}{w_i} = \frac{c_j}{w_j}$$

# MAPA JAKOŚCI





# **POMIAR ZADOWOLENIA KLIENTA**

## **- procedura przeprowadzenia badań**

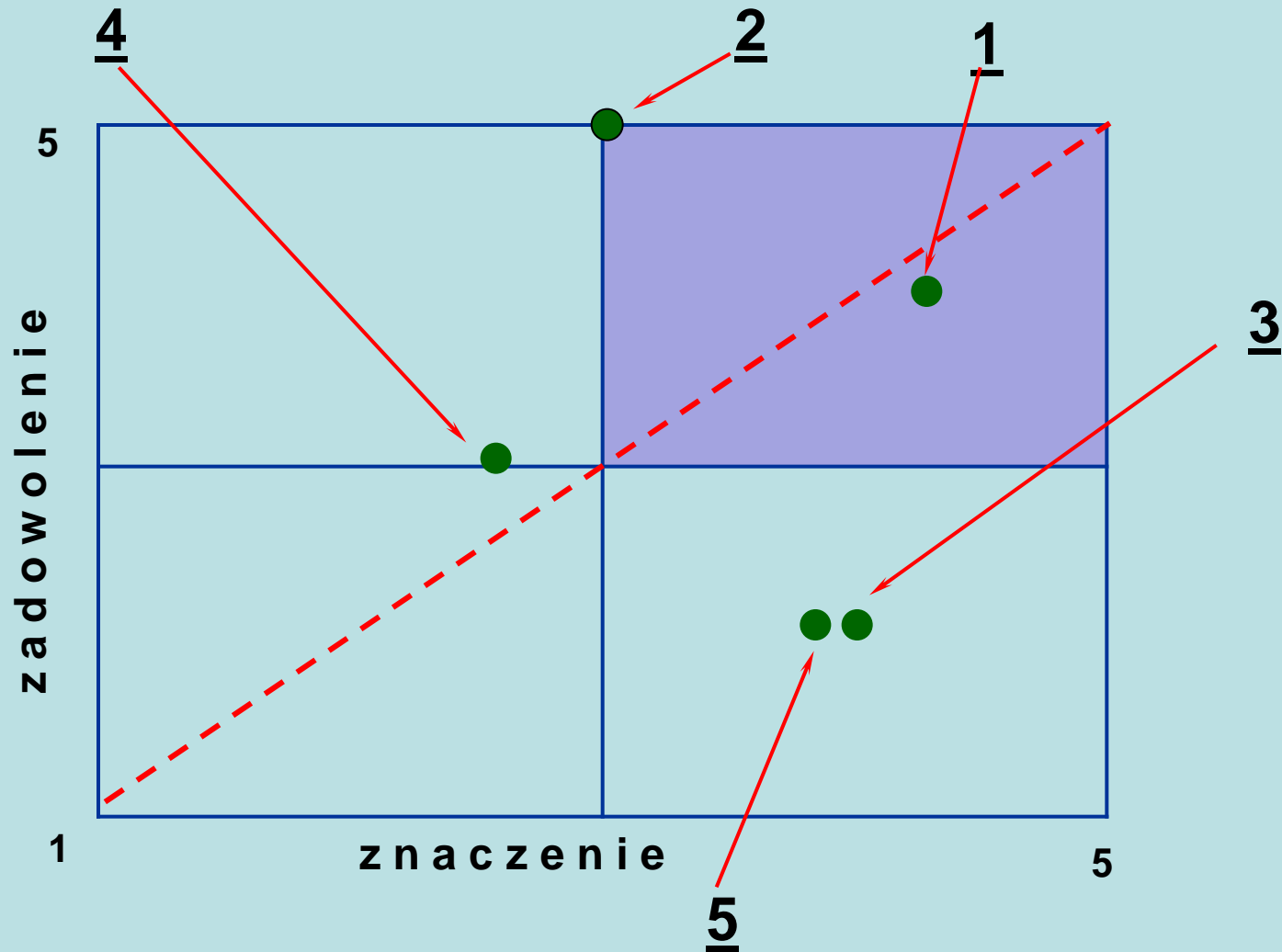
- 1. Określenie klienta**
- 2. Segmentacja klientów**
- 3. Określenie cech jakości (parametrów)**
- 4. Projekt kwestionariusza**
- 5. Przeprowadzenie badań i zbudowanie map jakości (dla poszczególnych grup klientów)**
- 6. Analiza SWOT**
- 7. Określenie działań korygujących**

## PRZYKŁAD KWESTIONARIUSZA ZBIORCZEGO DO OCENY ZADOWOLENIA STUDENTÓW

Lp.	Cechy jakościowe	Znaczenie		Zadow.
		$W_i(\bar{s})$	$W_i$	$C_i(\bar{s})$
1.	Uczelnia posiada nowoczesne wyposażenie	4,4	0,244	4
2.	Obiekty uczelni są atrakcyjne pod względem wizualnym i wygodne	3,0	0,167	5
3.	Zajęcia są starannie przygotowane przez prowadzących	4,1	0,228	2
4.	Zbiory biblioteczne są łatwo dostępne	2,5	0,139	3
5.	Biblioteka jest dobrze zaopatrzona w najnowsze pozycje literaturowe	4,0	0,222	2
			$(\Sigma=1)$	

Skala 1-5;  $CSI = 3,128$ ;  $CSI_{max} = 5$ ;  $CSI\% = 62,6\%$

# WYNIKI ZADOWOLENIA STUDENTÓW -przykład macierzy (mapy jakości)



# ANALIZA SWOT OPARTA NA OCENIE ZADOWOLENIA KLIENTA



# Ćwiczenie 6: wskaźnik CSI

## Zakres ćwiczenia

1. *Powołanie zespołów (3-4 osobowe)*
2. *Wybór rodzaju usługi*
3. *Określenie kryteriów oceny jakości usługi*
4. *Przeprowadzenie oceny indywidualnej dla uzgodnionych kryteriów, a następnie oceny uśrednionej*
5. *Sporządzenie mapy jakości i analizy SWOT*

*Czas: 20 min.*

## Ankieta 2: Badanie jakości usług metodą wskaźnika CSI

Lp	Cechy jakościowe	Znaczenie		Zadowol.
		$W_i(\bar{s})$	$W_i$	$C_i(\bar{s})$
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

Skala 1-5;

$CSI =$

$CSI_{max} =$

$CSI\% =$