



INTEGROVANÉ OBSLUŽNÉ MIESTO OBČANA AKO INOVÁCIA V OBLASTI ROZVOJA PODNIKANIA Z POHĽADU SPOKOJNOSTI ZÁKAZNÍKOV

Miriam Oľšiaková, Erika Loučanová*, Simona Hešková

Abstract: The paper focuses on evaluating the satisfaction of customers with an Integrated service point provided by the Slovak Post as an innovation in the area of business development offering the access to electronic services of the state in one assisted place. The primary method was questioning. Based on our findings, we can see the positive acceptance of this market innovation by customers and high satisfaction with provided service.

Keywords: Innovation, Integrated Service Point, Survey, Customer Satisfaction.

Úvod

Každý podnik dosahuje svoje ciele v prípade, že zákazník je s ponúkanými produktmi, resp. službami podniku spokojný. Podnik vie, aké dôležité je dosiahnutie spokojnosti u svojich zákazníkov. Ak je zákazník spokojný, pri možnej budúcej príležitosti navštívi podnik opäť. Naopak, nespokojnosť môže viesť k odchodu zákazníka ku konkurencii. V súčasnosti sa každý podnik snaží, vyjsť čo najviac v ústrety zákazníkovi, pretože práve od jeho spokojnosti závisí úspech podniku na trhu. Aj podniky poskytujúce služby by mali venovať pozornosť marketingu služieb a tým sa viac orientovať na zákazníka. Pre podnik je potrebné zistiť, či je zákazník s danými službami spokojný a v prípade, že nie je, uskutočniť určité opatrenia na elimináciu jeho nespokojnosti, čo reprezentuje spotrebiteľské správanie zákazníkov podniku.

Vo všeobecnosti spotrebiteľské správanie predstavuje správanie ľudí – spotrebiteľov, ktoré sa vzťahuje k získavaniu, používaniu a odkladaniu spotrebných výrobkov – produktov (hmotných a nehmotných statkov). Je jednou z rovín ľudského správania [1].

Mnohí autori zhodne definujú spotrebiteľské správanie ako nákupné správanie konečných spotrebiteľov – jednotlivcov a domácností, ktorí kupujú tovary a služby pre svoju osobnú spotrebu. Všetci jednotlivci a domácnosti, ktorí nakupujú tovar a služby pre osobnú spotrebu, tvoria spotrebiteľský trh [2, 3, 4].

Cieľom tohto príspevku je hodnotenie spokojnosti zákazníkov s Integrovaným obslužným miestom občanov Slovenskej pošty a.s., známym ako projekt IOMO, ktorý sa dostal medzi top štvorku projektov v medzinárodnej súťaži Postal Technology International Awards 2015 v kategórii Inovácia roka v oblasti rozvoja podnikania [6].

Na integrovaných obslužných miestach občanov Slovenská pošta ponúka okrem tradičných služieb pošty aj prístup k elektronickým službám štátu na jednom asistovanom mieste. Jedná sa o služby ako výpis z Obchodného registra SR, výpis z listu vlastníctva, výpis z registra trestov, odpis z registra trestov a zaručenú konverziu [7]. Pričom túto inováciu roka v oblasti rozvoja podnikania z pohľadu zaručenej konverzie môžeme charakterizovať aj ako

* Ing. Erika Loučanová, PhD., Technická univerzita vo Zvolene, Masaryka 24, 960 53 Zvolen
tel.: +421455206447
e-mail: loucanova@tuzvo.sk

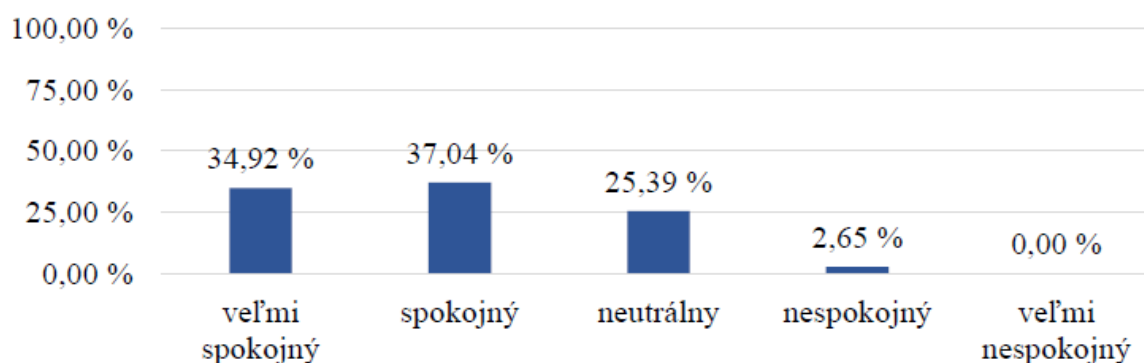
ekologickú inováciu, keďže táto predstavuje postup, pri ktorom dochádza k transformácii pôvodného dokumentu v listinnej podobe na elektronický dokument, pričom novovzniknutý dokument zo zaručenej konverzie, ktorý je neoddeliteľne spojený s osvedčovacou doložkou, má rovnaké právne účinky a je použiteľný na právne účely v rovnakom rozsahu ako pôvodný dokument.

Metodika

Primárnou metódou hodnotenia spokojnosti zákazníkov s Integrovaným obslužným miestom občanov ako inováciou v oblasti rozvoja podnikania bolo dopytovanie. Dotazníky boli vyplňované osobne respondentmi na pobočkách Slovenskej pošty, a. s., v mestách Banská Bystrica a Zvolen v období od januára do marca roku 2018. Z celkového počtu 250 dotazníkov sme pre potreby spracovania a analýzy spokojnosti získali dotazníky od 189 respondentov, čo predstavuje 76 % návratnosť dotazníkov. Výsledky sme spracovali do databázy, analyzovali a vyhodnotili matematicko-štatistickými postupmi a charakterizovali opisným spôsobom. Prostredníctvom indukcie a dedukcie sme zhodnotili výsledné závery na základe zistení z vykonanej analýzy.

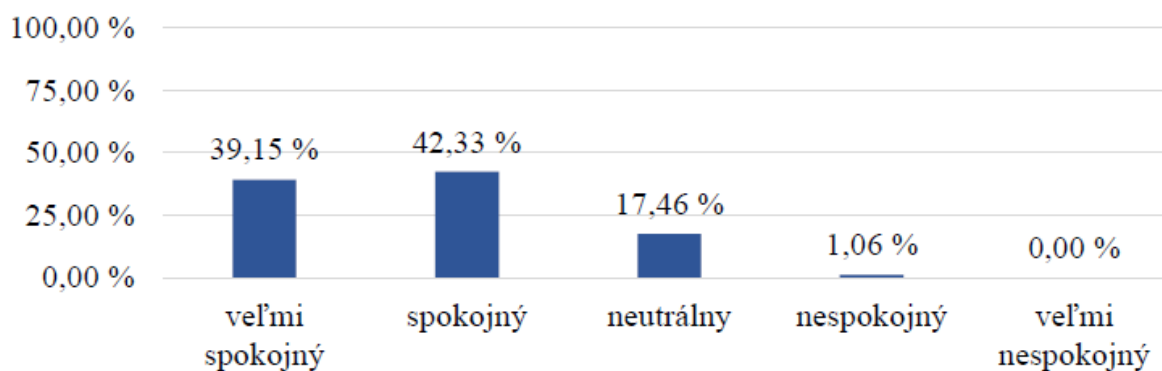
Hodnotenie spokojnosti zákazníkov s Integrovaným obslužným miestom občanov ako inovácie v oblasti rozvoja podnikania

Ohľadom dostupnosti pobočiek so službami špecializovaných pracovísk IOMO sme zistili, že zákazníci Slovenskej pošty, a. s. sú väčšinou spokojní (71,96 %). Aj napriek tomu, že Slovenská pošta, a. s. tieto služby poskytuje na špecializovaných pracoviskách na cca 600 poštách rozmiestnených po celom území Slovenskej republiky, vyjadrilo nespokojnosť s dostupnosťou týchto pobočiek malé percento odpovedajúcich (2,65 %).



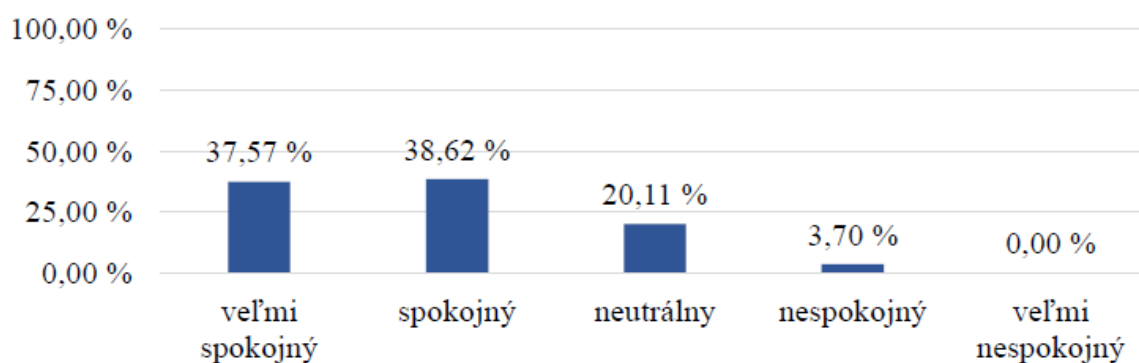
Obrázok 1 Spokojnosť s dostupnosťou pobočiek [8]

Čo sa týka odbornosti a správania personálu sme zistili, že viac ako dve tretiny respondentov (81,48 %) malo s personálom pozitívnu skúsenosť, čo sa odzrkadlilo na ich celkovej spokojnosti. Len dvaja respondenti (1,06 %) vyjadrilo nespokojnosť s odbornosťou a správaním personálu.



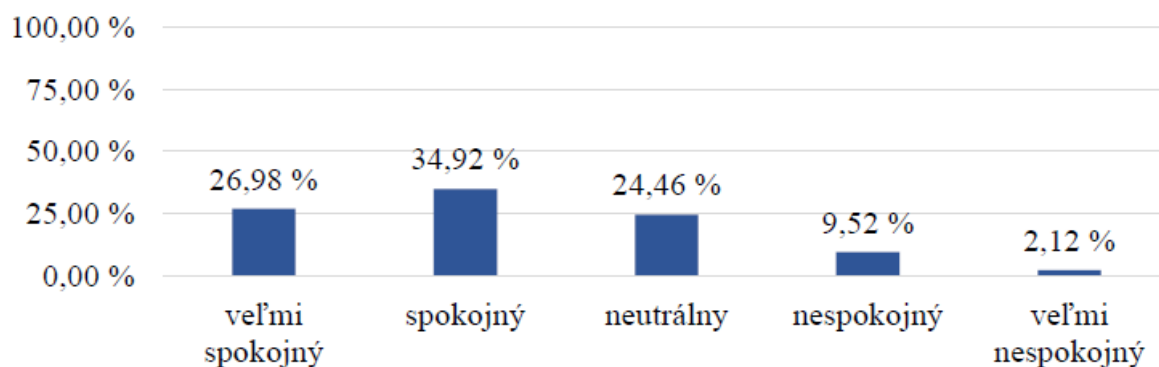
Obrázok 2 Spokojnosť s odbornosťou a správaním personálu [8]

V súvislosti s úrovňou odbornosti a správania sa personálu, sme sa zamerali aj na poskytovanie informácií o službách obsluhujúcim personálom. Aj v tomto prípade vyšlo kladné hodnotenie, kde viac ako dve tretiny zákazníkov vyjadrili spokojnosť ohľadne poskytnutia informácií. Našlo sa aj malé množstvo nespokojných zákazníkov (3,70 %), ktorí si myslia, že personál by mohol zrejme lepšie poskytnúť informácie o realizovanej elektronickej službe. Z toho vyplýva, že by sa spoločnosť mala zamerať na rozvoj vzdelania svojich pracovníkov ohľadne poskytovaných elektronickej služieb štátu. Spoločnosť by mala motivovať zamestnancov, aby služby poskytovali na vyššej úrovni a vychádzali zákazníkom viac v ústrety, k čomu by jej mohol dopomôcť kvalitne prepracovaný interný marketing.



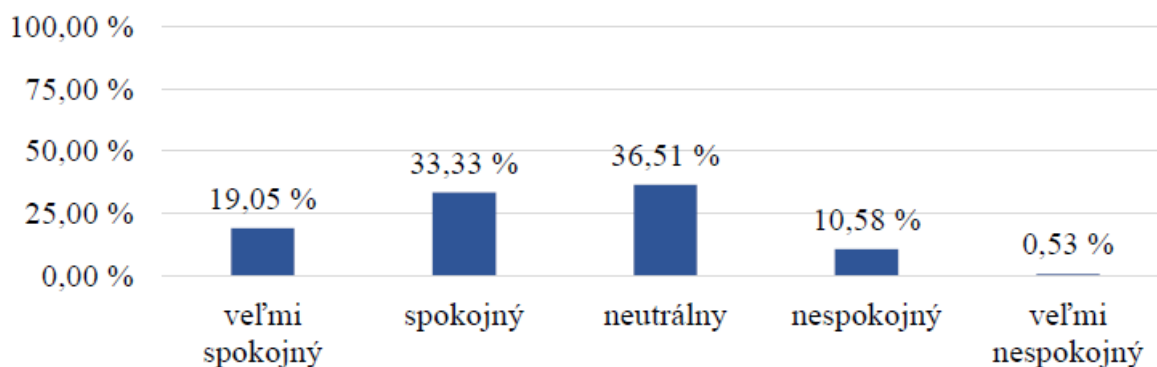
Obrázok 3 Spokojnosť s poskytnutím informácií o službe obsluhujúcim personálom [8]

Ďalšiu oblasť prieskumu predstavovala doba čakania na vybavenie požiadaviek. Viac ako polovica respondentov (61,90 %) hodnotí túto oblasť pozitívne a vyjadrila svoju spokojnosť s dobou čakania. Spoločnosť by sa však mala sústrediť aj na nespokojných zákazníkov (11,64 %). Ovplyvniť tento aspekt však nie je vôbec jednoduché, pretože spoločnosť Slovenská pošta, a. s. v rámci poskytovania elektronickej služby štátu spolupracuje s inými organizáciami. Úprava doby čakania je veľmi náročná, pretože spracovanie požiadavky zákazníka prebieha viacerými etapami, na ktoré nemá spoločnosť priamy dosah.



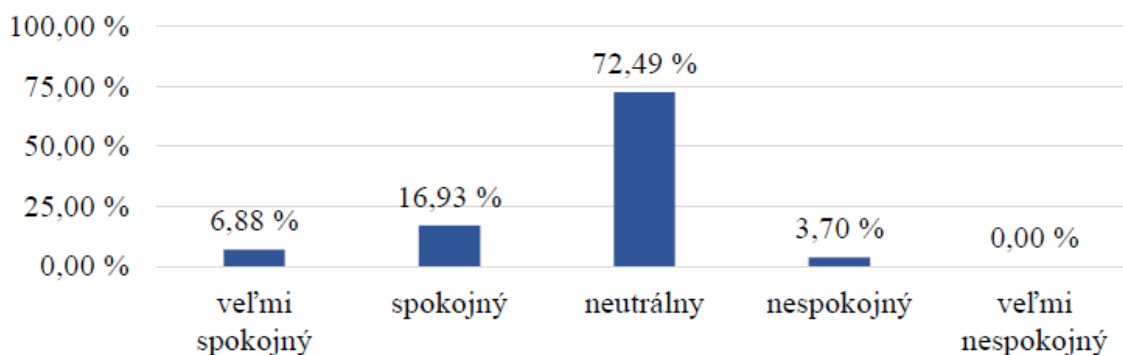
Obrázok 4 Spokojnosť s dobou čakania pri vybavovaní požiadavky [8]

Čo sa týka ceny za poskytované služby, ktoré musia uhradiť zákazníci, sme zistili, že respondenti sú z väčšej časti spokojní (52,38 %). Viac ako tretina respondentov (36,51 %) mala k tomuto aspektu neutrálny postoj. Našli sa aj respondenti (11,11 %), ktorí neboli spokojní s poplatkami za vykonané služby. Spoločnosť Slovenská pošta, a. s. by sa mala posnažiť upraviť cenník za poskytnutie týchto služieb aby sa zvýšila spokojnosť zákazníkov s touto oblasťou v rámci vernostných programov, ktoré sú súčasťou podpory predaja.



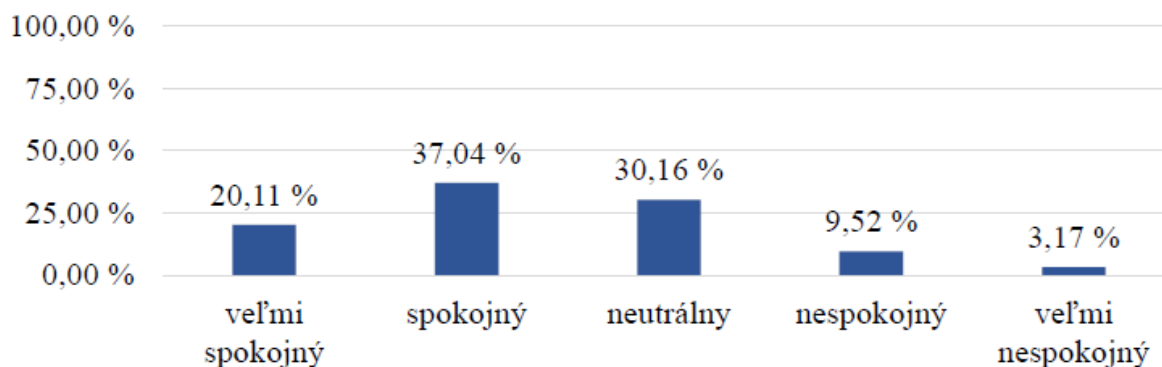
Obrázok 5 Spokojnosť s cenou za poskytnutú službu [8]

Pri hodnotení faktora vybavenia reklamácie sme zistili, že respondenti sú s touto oblasťou relatívne spokojní (23,81 %). Väčšina respondentov (72,49 %) vyjadrila neutrálny postoj voči reklamáciám. Mohlo to byť najmä z dôvodu, že títo zákazníci žiadnu reklamáciu nemuseli riešiť a ich požiadavka bola spracovaná bez komplikácií a výhrad. Našli sa aj nespokojní zákazníci (3,70 %) so skúsenosťou s riešením reklamácie. Spoločnosť by sa mala teda zamerať na týchto zákazníkov a zlepšiť riešenie prípadných reklamácií. Napríklad rýchlejšim spracovaním reklamácie alebo lepšou komunikáciou so zákazníkom, prípadne pri zdĺhavom riešení reklamácie určitou kompenzáciou vo forme bonusu alebo zľavou pri znovu zakúpení služby.



Obrázok 6 Spokojnosť s vybavením reklamácie [8]

Poslednú oblasť nášho prieskumu tvorila propagácia informácií o službách IOMO. Viac ako polovica zákazníkov (57,15 %) vyjadrila spokojnosť s týmto aspektom. Zo 189 respondentov, osemnásť považujú propagáciu informácií za zlú a šiesti vyjadrili veľkú nespokojnosť s touto oblasťou. Spoločnosť Slovenská pošta, a. s. propaguje informácie ohľadne poskytovania elektronických služieb na špecializovaných pracoviskách IOMO na svojich pobočkách formou inzercii a reklám v časopisoch, v širšom okolí formou billboardov. V rámci technického pokroku propaguje spoločnosť tieto služby na vlastnej internetovej stránke, kde sa môžu súčasní aj potencionálni zákazníci dozvedieť o všetkých potrebných informáciách. V rámci skvalitnenia propagácie poskytovaných služieb odporúčame zaviesť na internetovú stránku online chat, kde by zákazník v prípade nejasností komunikoval so zamestnancom, od ktorého by dostal ďalšie žiadané informácie.



Obrázok 7 Spokojnosť s propagáciou informácií o službách [8]

Pri faktoroch, ktoré sme sledovali v rámci prieskumu hodnotenia spokojnosti s Integrovaným obslužným miestom občanov, výsledky odzrkadľovali rôznu mieru ich spokojnosti, ale môžeme konštatovať značnú spokojnosť s poskytovaním služieb v jednotlivých aspektoch, nakoľko v jednotlivých som oblastiach sme zaznamenali hlavne pozitívne ohlasy. Negatívne odpovede sa vyskytovali u nižšieho percenta respondentov, čo môžeme hodnotiť ako záruku kvality tejto inovácie, keďže slabé stránky možno eliminovať prijatím zodpovedajúcich opatrení a oblastí, s ktorými sú zákazníci vo väčšej miere spokojní, naďalej poskytovať minimálne na takej úrovni, ako boli poskytované doposiaľ.

Z analýzy údajov získaných z dotazníkov môžeme teda konštatovať, že spoločnosť má v súčasnosti vybudované dobré meno v oblasti poskytovania elektronických služieb štátu, aj

napriek tomu, že niekoľko zákazníkov vyjadrilo určitú nespokojnosť (čo však predstavovalo zanedbateľné percento).

Okrem uvedených zistení je možné na základe analyticko-syntetickej metódy rozboru tejto problematiky dedukciou dôjsť k záveru, že Integrované obslužné miesto občanov je inováciou, nakoľko spĺňa všetky atribúty na inovácie kladené, t.j. predstavuje pozitívnu zmenu pre cieľovú skupinu zákazníkov. Ich potreby uspokojuje dokonca vo všetkých troch oblastiach spoločensky zodpovednej inovácie (v oblasti ekonomickej, sociálnej a environmentálnej [9, 10, 11]). IOMO pre zákazníkov predstavuje spoločensky zodpovednú pozitívnu zmenu v oblasti ekonomickej, keďže pozitívny postoj k cene IOMO vyjadrilo 42,38 % k 11,11% nespokojným zákazníkom, v oblasti sociálnej, keďže uľahčuje prístup k úradným dokumentom a aj environmentálnej oblasti, nakoľko poskytovaním zaručenej konverzie transformuje dokumenty do elektronickej podoby.

Záver

Tento príspevok sa zameriaval na hodnotenie spokojnosti zákazníkov, ktorí majú skúsenosť s elektronickými službami štátu na špecializovaných pracoviskách Integrovaného obslužného miesta občanov - IOMO na pobočkách Slovenskej pošty, a. s.. Jedná sa o úradné záležitosti, resp. asistované služby orgánov verejnej moci s výstupmi ako výpis alebo odpis z registra trestov, výpis z listu vlastníctva, výpis z obchodného registra alebo zaručená konverzia elektronického dokumentu do listinnej podoby. Na základe našich zistení môžeme konštatovať pozitívne prijatie tejto inovácie zákazníkmi na trhu a ich vysokú spokojnosť s poskytovaním tejto služby z viacerých uhľov pohľadu. Integrované obslužné miesto občanov – IOMO sa zaslúžene dostalo medzi top štvorku projektov v medzinárodnej súťaži Postal Technology International Awards 2015 v kategórii Inovácia roka v oblasti rozvoja podnikania, nakoľko zákazníci túto službu vnímajú ako pozitívnu zmenu.

Použitá literatúra

- [1] KOUDELKA, J.: Spotřební chování a marketing. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1997. 192 s. ISBN 80-7169-372-3
- [2] ĎAĎO, J., MATEIDES, A.: Spokojnosť zákazníka a metódy jej merania, 2. diel – metódy, EPOS, Bratislava, 2000, 255 str., ISBN 80-8057-224-0
- [3] BIRNEROVÁ, E. A KOL.: Metodika stanovenia indexu spokojnosti zákazníka vo verejnej osobnej doprave, projekt VEGA 1/049/03, ŽU v Žiline, F PEDAS
- [4] KOTLER, P., KELLER, K.L.: Marketing management. 12.vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5
- [5] PONDELOVÁ, S.: Slovenská pošta druhýkrát za sebou postúpila medzi svetovú elitu. [online]. Tlačová správa [cit. 05. 01. 2019]. Dostupné na internete: <https://www.posta.sk/subory/38048/ts-slovenska-posta-druhykrat-za-sebou-postupila-medzi-svet-elitu.pdf>
- [6] POŠTA: *Obchodné podmienky poskytovania služieb integrovaných obslužných miest*. [online]. [cit.05.03.2018]. Dostupné na internete: <<https://www.posta.sk/subory/36690/obchodne-podmienky-poskytovanie-sluzieb-integrovanych-obslužnych-miest.pdf>>
- [7] HEŠKOVÁ, S.: Marketingový prieskum spokojnosti s vybranou službou: diplomová práca. Zvolen: Technická univerzita vo Zvolene. 2018. 77 s.
- [8] OLŠIAKOVÁ, M, HEŠKOVÁ, S.: Databáza údajov a ich matematicko-štatistické vyhodnotenie, 2018.
- [9] STRAKA M.: Logistika distribúcie, Ako efektívne dostať výrobok na trh, 1. vyd., Bratislava, EPOS 2013, 400 s., ISBN 978-80-562-0015-5.

- [10] ŠTOFKOVÁ, K.: Konkurencieschopnosť podnikov v podmienkach európskej integrácie a globalizácie. In: Pošta, Telekomunikácie a Elektronický obchod [elektronický zdroj] : elektronický vedecký časopis zameraný na problematiku poštových a telekomunikačných podnikov a oblasť elektronického obchodovania. - ISSN 1336-8281. - 2013. - Roč. 8, č. 1 (2013), online, s. 71-74
- [11] VRÁBLIKOVÁ, M., LOUČANOVÁ, E.: Aplikácia benchmarkingu vo vybranom drevospracujúcom podniku. In Ekonomické spektrum, č. 2, 2017. ISSN 1336-9105.

Grantová podpora

VEGA 1/0674/19 Návrh modelu implementácie ekologických inovácií do inovačného procesu podnikateľských subjektov na Slovensku pre zvýšenie ich výkonnosti.