

## UAB „VLANTANA“ TRANSPORTAVIMO PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS

Jūratė Leonavičienė<sup>1</sup>, Živilė Rupeikaitė<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Klaipėdos valstybinė kolegija, Jaunystės 1, Klaipėda

<sup>2</sup>UAB „Vlantana“ Dvaro g. 1, Gobergiškės Klaipėdos r.

### Anotacija

Straipsnyje sanalizuojamas paslaugų kokybės vertinimo poreikis, nauda įmonėms, aptariami paslaugų kokybės vertinimo modeliai, bei pateikti atlikto tyrimo rezultatai. Tyrimo tikslas – įvertinti UAB „Vlantana“ Klaipėdos padalinio transportavimo paslaugų kokybę. Atliktas kiekybinis tyrimas – apklausa. Tyrime dalyvavo 100 įmonės klientų, kurie pagal patektus kriterijus vertino laukiamą ir realiai patirtą transportavimo paslaugų kokybę įmonėje. Tyrimo rezultatai parodė, kad visais atvejais respondentai tikėjosi iš įmonės daugiau nei gavo, tačiau nuokrypis mažas, todėl UAB „Vlantana“ transportavimo paslaugų kokybę galima vertinti labai gerai. Įmonei rekomenduojama atkreipti dėmesį į nustatytas spragas ir atlikti detalizuotą tyrimą konkrečių, blogiau įvertintų kriterijų, pariežasčių nustatymui.

**Reikšminiai žodžiai:** paslaugų kokybė, kokybės vertinimas, transportavimas.

### Įvadas

Nuolat didėjant konkurencijai, griežtėjant reikalavimams, transporto įmonės priverstos aktyviai ieškoti naujų būdų, kaip išlaikyti ir gerinti paslaugų kokybę. Svarbiausiu tikslu tampa – patenkinti kliento poreikius, būti patikimu partneriu, rūpintis aplinkosauga, teikti aukščiausios kokybės paslaugas, o didžiausiu privalumu šiandien įvardinamas ne naujų klientų pritraukimas, o jau turimų klientų išlaikymas (Tontini ir kiti, 2017). Klientų pasitenkinimas dažniausiai suprantamas subjektyviai, kadangi klientams būdingi įvairūs skirtumai, skirtingos patirtys, tad siekdamas klientų pasitenkinimo, įmonės susiduria su iššūkiais susijusiais su aptarnavimo kokybe, komunikacijos efektyvumu, ypač kai yra didelis skirtingų kultūrų, kalbų klientų srautas, pasiūlymų verte, lyginant su konkurentais bei klientų lūkesčių pokyčiais (Ghoumrassi ir Ūigu, 2017). Siekiant užtikrinti transporto paslaugų kokybę, svarbu nuolat stebėti šias tendencijas ir prisitaikyti prie pokyčių, todėl pastebimas vis didėjantis paslaugų kokybės tyrimo, vertinimo poreikis (Kilibarda, Andrejič, ir Popovič (2020). Paslaugų kokybės vertinimas atskleidžia sritis, kurias reikia tobulinti.

UAB „Vlantana“ viena inovatyviausių, didžiausių šalies krovinių pervežimo kompanijų, tačiau didėjanti konkurencija, spartūs pokyčiai technologijose, besikeičianti geopolitinė situacija verčia nuolat stebėti pokyčius, nustatyti tobulintinas sritis, priimti sprendimus esamų pozicijų išlaikymui. Šiame darbe bus atliktas „UAB „Vlantana“ transporto paslaugų kokybės vertinimas, identifikuotos probleminės sritys ir trūkumai. Taikyta metodika, nustatyti vertinimo kriterijai gali būti pritaikomi, vertinant paslaugų kokybę ir kitose, transportavimo paslaugas teikiančiose, įmonėse.

**Tyrimo objektas:** UAB „Vlantana“ transportavimo paslaugų kokybė.

**Tyrimo tikslas:** įvertinti UAB „Vlantana“ Klaipėdos padalinio transportavimo paslaugų kokybę.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Išanalizuoti E. Gummesson 4Q ir Ch. Gronroos intergruotos paslaugų kokybės modelius teoriniu aspektu.
2. Ištirti UAB „Vlantana“ Klaipėdos padalinio transportavimo paslaugų kokybę klientų požiūriu, remiantis E. Gummesson 4Q ir Ch. Gronroos integruotos kokybės modeliu.

**Tyrimo metodai:** mokslinės literatūros analizė, empirinis kiekybinis tyrimas – apklausa.

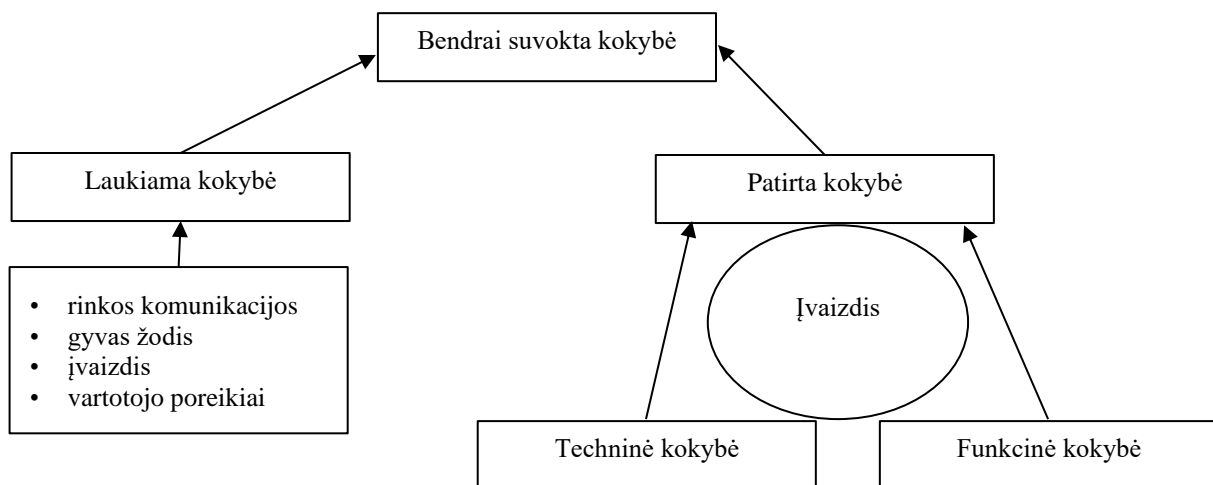
## 1. Paslaugų kokybės vertinimo E. Gummesson 4Q ir Ch. Gronroos intergruotos kokybės modelių analizė

Paslaugų kokybės įvertinimui naudojami įvairūs paslaugų kokybės vertinimo modeliai, kuriuos galima sugrupuoti pagal jų tyrimo pobūdį:

- Vartotojų kokybės suvokimo (vertina paslaugų kokybę vartotojo požiūriu);
- Paslaugos teikimo proceso (analizuoja pačią paslaugų teikimo procedūrą ir procesus, kurie turi įtakos paslaugų kokybei);
- Paslaugų teikimo sistemos (nagrinėja visas sistemas ir struktūras, kurios veikia paslaugų teikimo kontekste).

Mokslinėje literatūroje išskiriami šie paslaugų kokybės vertinimo modeliai: bendrai suvoktos kokybės modelis (Grönroos, 2000), Meyer ir Mattmuller kokybės modelis (Langer, 1997), Servqual kokybės modelis (Parasuraman, Zeithalm, Berry, 1988), 4Q kokybės modelis (Gummesson, 1993), Gummesson ir Grönroos integruotas kokybės modelis, išplėstinis 4Q kokybės modelis (Gummesson, 1993), paslaugų kokybės spragų modelis (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985), ir kt. Iki šiol nėra bendros priimtos vienos paslaugų kokybės apibrėžties, nes susiduriama su kokybės supratimo skirtumu tarp vartotojų ir paslaugų teikėjų. Šis skirtumas sukelia kokybės sampratos poliarizaciją. (Grönroos, Gummesson, 1985). Verso įmonėms tiriant paslaugų kokybę siūloma taikyti kelis modelius, o ne vieną, nes naudojant tik vieną modelį negalima tiksliai nusakyti, kokia yra paslaugų kokybė įmonėje. Kokybės tyrimas turėtų būti kompleksinis, kuris leis išsamiai nustatyti ar paslaugos kokybė atitinka vartotojo poreikius.

*Ch. Gronroos bendrai suvoktas kokybės modelis.* Šis modelis padeda suprasti paslaugų kokybės sudėtingumą ir atkreipia dėmesį į skirtingus aspektus, kurie gali turėti įtakos paslaugų kokybei kliento požiūriu (1 pav.).



**1 pav. Bendrai suvoktos paslaugų kokybės modelis**

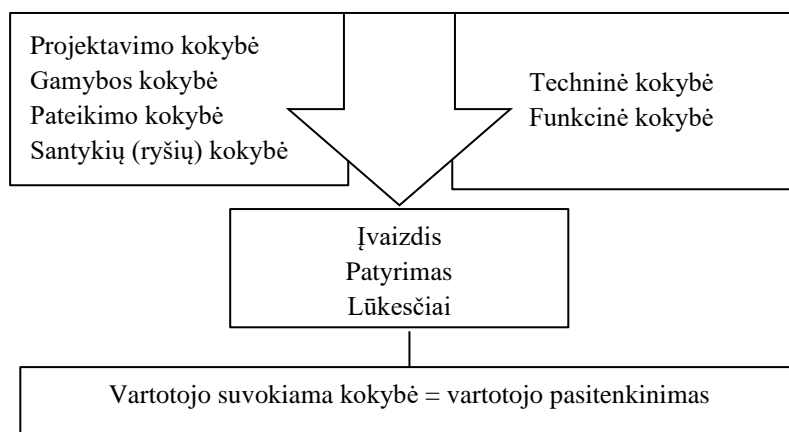
Šaltinis: Bagdonienė L., Hopenienė R., (2009). *Paslaugų marketingas ir vadyba*. Kaunas.

Šiame modelyje bendroji suvokta kokybė turi dvi dimensijas – techninę ir funkcinę. Techninė kokybė parodo tai, ką vartotojas gauna paslaugos metu. Techninė kokybė susijusi su technologijomis ir materialinėmis paslaugomis, kurias galima pademonstruoti klientui, kadangi ši dalis yra apčiuopiama. Funkcinė paslauga daugiau susijusi kaip teikiama paslauga, kaip elgiasi tiekėjas, kaip vertina klientą ir pan. Šios dimensijos atveda iki galutinio vartotojo įsitraukimo ne tik vertinant paslaugos rezultata, bet ir visą tiekimo procesą. Iš šio proceso formuojasi du kokybės lygiai – laukiama ir patirta kokybė. Laukiama kokybė apibrėžia rinkos komunikaciją, įmonės įvaizdį, vartotojo poreikius ir lūkesčius, tuo tarpu patirta kokybė įvertina techninę ir funkcinę kokybę, kurią atliko įmonė teikdama vartotojui paslaugą (Bagdonienė ir Hopenienė, 2015; Langvinienė ir

Vengrienė, 2008; Simanauskienė, 2012) Būtent šis kokybės modelis parodo, kad vartotojas vertina ne tik galutinį logistinių paslaugų rezultatą, bet ir visą jos teikimo procesą

*E. Gummesson 4Q kokybės modelis.* Šis modelis apima keturis pagrindinius kokybės aspektus: projektavimą, gamybą, pateikimą ir ryšius. Gera projektavimo kokybė leidžia paslaugos teikėjams tinkamai pasirengti teikti paslaugas ir užtikrinti, kad jos atitiktų klientų poreikius bei lūkesčius. Tai taip pat padeda išvengti problemų ir netikrumo paslaugų teikimo proceso metu. Gamybos kokybė yra esminis paslaugų teikimo proceso elementas, kuris tiesiogiai veikia klientų patirtį ir jų pasitenkinimą paslaugomis. Tai apima efektyvų resursų panaudojimą, darbo organizavimą ir procesų optimizavimą siekiant maksimalaus rezultato. Svarbu, kad paslaugas teiktų kvalifikuoti ir kompetentingi darbuotojai, kurie turi reikiamas žinias, įgūdžius ir patirtį. Pateikimo kokybė apima tai kaip paslaugos yra teikiamos klientams. Tai reiškia, kad paslaugos turi būti teikiamos laiku, pritaikytos individualiems klientų poreikiams ir pageidavimams, jas gauti būtų lengva, t. y. būtų patogi vieta, tinkamas darbo laikas, lengva gauti informaciją. Ryšių kokybę lemia profesiniai ir socialiniai žmonių santykiai. Geras klientų aptarnavimas yra pagrindinis ryšių kokybės aspektas. Tai apima tai, kaip greitai ir efektyviai yra sprendžiami klientų klausimai, problemos ir poreikiai, taip pat kokia yra bendra klientų aptarnavimo patirtis. Taigi šis modelis garantuoja gerą logistinių paslaugų kokybę nuo pat sumanymo momento iki vartotojo galutinio įvertinimo. Modelio esmė – vartotojo suvokta kokybė siejama su patirta verte ir pasekmėmis. (Bagdonienė ir Hopeniė, 2015; Langvinienė ir Vengrienė, 2008; Gargasas ir Mūgienė, 2017)

*E. Gummesson 4Q ir Ch. Gronroos integruotas kokybės modelis.* Šis modelis apjungia abiejų mokslininkų požiūrius į paslaugų kokybę. E. Gummesson akcentuoja kokybės šaltinius (projektavimą, gamybą, pateikimą ir ryšius), o Ch. Gronroos akcentuoja bendrai suvoktą kokybės (patirtos ir laukiamos) svarbą. Bendrai suvoktos kokybės metodai tarp šių dviejų autorių skiriasi kokybės informacijos šaltiniu. Ch. Gronroos modelis sukurtas remiantis empirinių galutinio vartojimo paslaugų kokybės, o E. Gummesson modelis – technologiškai sudėtingų prekių gamybos ir šias prekes lydinčių paslaugų pateikimo kokybės tyrimų rezultatais. (2 pav.).



**2 pav. E. Gummesson ir Ch. Grönroos integruotas kokybės modelis**

*Šaltinis:* Bagdonienė L., Hopeniė R., (2009). *Paslaugų marketingas ir vadyba*. Kaunas.

Šis modelis yra vienas iš pirmiaujančių ir plačiai naudojamų paslaugų kokybės vertinimo modelių ir taikomas toms organizacijoms, kurių paslaugos neatskiriamos nuo prekių, nes vartotojui svarbu visos organizacijos pasiūlos kokybė, o ne atskirų prekių ar paslaugų kokybė. Šio modelio esmė – svarbiausias vartotojo suvokimas, tačiau svarbus ir tiekėjas kuris, kuria kokybę. Šis integruotas modelis padeda suprasti visą paslaugų teikimo ciklą, nuo klientų poreikių ir lūkesčių iki galutinių rezultatų ir klientų vertinimo (Grönroos, 2007). Taikant šį modelį, paslaugų teikėjai gali identifikuoti sritis, kuriose galima tobulinti paslaugų kokybę ir gerinti bendrą klientų patirtį.

## 2. UAB „Vlantana“ Klaipėdos padalinio transportavimo paslaugų kokybės tyrimo rezultatai

UAB „Vlantana“ save klientams pateikia, kaip bendrovę, kuri turi didelę įvairių transporto paslaugų pasiūlą ir aiškia bei inovatyvią logistikos veiklos viziją. Siekdama būti logistikos inovacijų lydere, teikdama aukščiausios kokybės ir unikalias klientui paslaugas, būdama įkvepiančiu ir atsakingu prieš visuomenę bei aplinką darbdaviu, įmonė vadovaujasi šiomis vertybėmis: inovatyvumas, lyderystė, atsakingumas, pagarba ir gyvybingumas. Įmonė šiuo metu turi 1650 vilkikų, 1900 priekabų, kurios sudaro 80% šaldytuvinės priekabos, kuriomis vežamos žuvis, daržovės, vaisiai ir kt., o likę 20% tentinės priekabos, kuriomis transportuoja baldus ir kt., taip pat per paskutinius metus įmonė atliko net 150000 pilnų krovinių vežimų (ang. FTL), kurie skirti įgyvendinti vieno kliento užsakytą vežimą. Įmonė specializuojasi FTL pervežimuose visoje Europos sąjungoje ir NVS šalyse. Įmonė rūpinasi ir ekologine aplinka – kas 5 metus atnaujinamos transporto priemonės, o senosios yra perparduodamos. Įmonės transportas atitinka EURO VI standartą ir vidutinis parko amžius yra ne daugiau nei 2.5 metų. UAB „Vlantana“ klientams teikia įvairaus pobūdžio papildomas paslaugas, susijusias su transportavimu, tai perkrovimas, atrinkimas, rūšiavimas, komplektavimas, pakavimas, ženklinimas etiketėmis, banderolių klijavimas, antspaudavimas, krovinių žymėjimas, fiksavimas, svėrimas, matavimas, fotografavimas ir papildomas tikrinimas. Svarbu paminėti, kad įmonėje veikia didelis logistikos centras, jis ypatingas tuo, kad jame visi sandėliai yra A klasės ir juose yra šaldytuvų (-18o C / -25o C), bei vėsinamų šaldytuvų (0o C - +8o C). Jie reikalingi, kad būtų galima sandėliuoti maisto produktus iki kol jie išvyksta į iškrovimo vietas. Įmonės kokybės kontrolės sistema leidžia stebėti krovinių pristatymą, prekių likučius, tikrinti krovinius bei šių krovinių kokybės kriterijus. UAB „Vlantana“ klientams taip pat teikia muitinės tarpininkavimo paslaugas, turi AEO sertifikatą, leidžiantį naudotis muitinės taisyklėse numatytais supaprastinimais atliekant muitinės procedūras. TransQ sertifikatas leidžia turėti naujausią ir patvirtintą informaciją apie tiekėjus ir efektyviai vykdyti pirkimus pagal ES reglamentus. Įmonė taip pat yra ir Tarptautinės Krovinių apsaugos asociacijos (TAPA) nare, šios asociacijos tikslas – sumažinti nuostolius ir užtikrinti krovinių saugumą, bei turi 4 pagrindinius ISO sertifikatus: ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, ISO 22000. Papildomos paslaugos tokios kaip muitinės dokumentų tvarkymas, intermodaliniai pervežimai, autoparko paslaugos, 3PL sandėliavimas, bei nuolatinė komunikacija su klientu padeda įmonei tapti lyderiaujančia, o klientui visas paslaugas gauti vienoje vietoje. Įgyti sertifikatai užtikrina transportavimo paslaugų kokybės vadybą, greitį ir paprastumą.

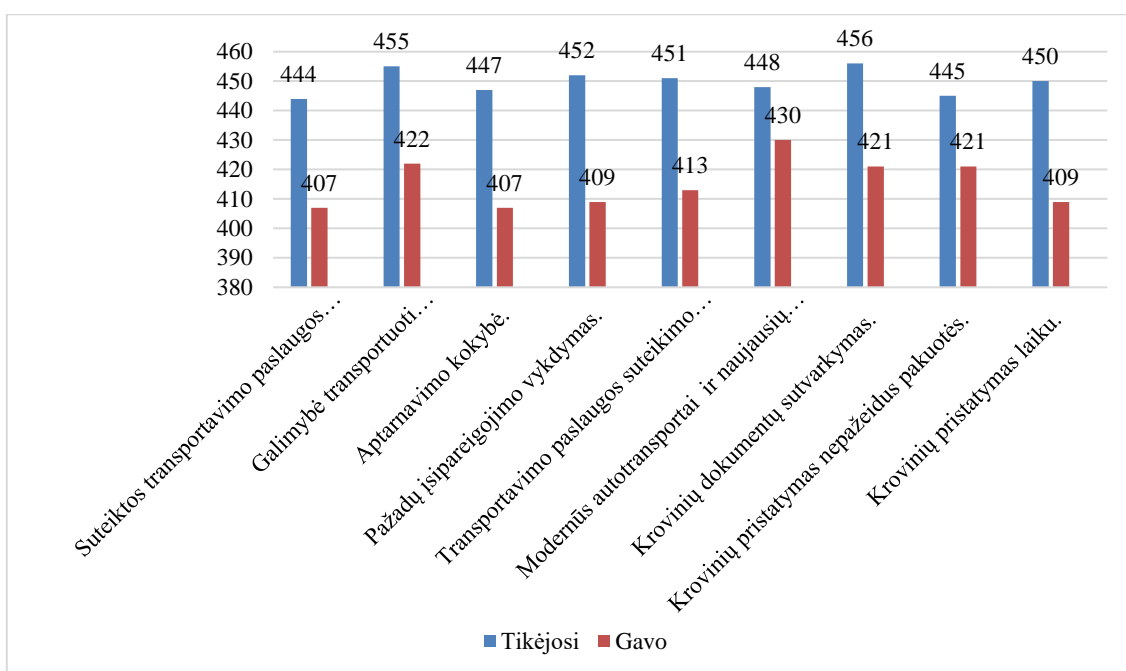
Siekiant išlaikyti pozicijas rinkoje reikia ne tik diegti naujoves, teikti papildomas paslaugas, bet ir nuolat stebėti pokyčius klientų lūkesčiuose ir pasitenkinime. Kasdienybėje ir darbų gausoje kartais sunku pastebėti klaidas, o klientai ne visada išsako savo nusivylimą, todėl klientų nuomonės tyrimas yra vienas iš įrankių tai sužinoti, įvertinti ir pataisyti.

Siekiant išsiaiškinti problemines sritis transportavimo paslaugų teikime, atliktas tradicinis empirinis kiekybinis tyrimas - apklausa. Jos tikslas – iš nedidelės populiacijos dalies (imties) gauti išvadas apie visos populiacijos elgesį (Bilevičienė ir Jonušauskas 2011; Bryman, 2016). Anketa klientams buvo sudaryta, remiantis tyrimo tikslu, tiriamaisiais klausimais, kurie atspindi vartotojo patirtos ir laukiamos kokybės santykį, remiantis E. Gummesson 4Q ir Ch. Gronroos integruotos kokybės vertinimo modelių metodika. Prieš pradėdant tyrimą, nustatytas tyrimo imties tūris, kuris yra būtinas norint tinkamai suplanuoti tyrimą (Kardelis (2017)). Remiantis Klaipėdos padalinio koordinatorės pateiktais duomenimis, darbo dienomis įmonės padalinį vidutiniškai aplanko 7-10 klientų. Apklausa vykdyta vieną mėnesį, tad per tą laikotarpį padalinyje apsilankė apie 200 klientų. Taikant Paniott formulę, nustatytas optimalus kiekybinio tyrimo imties dydis  $n = 91$ , tačiau, siekiant didesnio duomenų tikslumo, šis skaičius padidintas iki 100. Siekiant grafiškai pavaizduoti duomenis ir apskaičiuoti anketinės apklausos rezultatus, naudota MS Excel programa, kurios pagalba sugrupuoti ir palyginti duomenys, grafiškai pavaizduojant ir aprašant.

Tyrimo rezultatai parodė, kad klientams didžiausiais motyvas pasirinkti transportavimo paslaugas UAB „Vlantana“ yra įmonės patirtis, įvaizdis, krovinių pristatymo greitis ir kokybė. Dauguma respondentų transportavimo paslaugų kokybę vertina gerai ir labai gerai, tačiau 24 proc. apklaustųjų kokybę įvertino kaip blogą arba labai blogą. Siekiant išsiaiškinti daugiau, kuriame

paslaugos teikimo etape respondentų lūkesčiai skiriasi nuo realybės išskirtos trys kokybės vertinimo sritys: projektavimo kokybė, pateikimo kokybė ir santykių (ryšių) kokybė. Nurodyti kriterijai, kuriuos respondentai turėjo įvertinti balais nuo 1 iki 5 (5 – puikiai, 4 – gerai, 3 – vidutiniškai, 2 – patenkinamai, 1 – blogai). Kiekvienas kriterijus įvertintas du kartus: vieną – vertinant laukiamą paslaugos kokybę (ko tikėjosi), antrą – vertinant patirtos paslaugos lygį (ką gavo). Atlikti patirtos kokybės ir laukiamo kokybės nuokrypių skaičiavimai. Minusinė nuokrypio reikšmė (laukiamos kokybės vidurkis didesnis už patirtos kokybės vidurkį) reiškia, kad patirta kokybė yra mažesnė už laukiamą kokybę. Nulinė nuokrypio reikšmė (patirtos kokybės vidurkis lygus laukiamos kokybės vidurkiui) reiškia, kad patirta paslaugų kokybė atitinka laukiamą kokybę. Plusinė reikšmė (patirtos kokybės vidurkis didesnis už laukiamos kokybės vidurkį) parodo, kad patirta paslaugų kokybė viršija vartotojų lūkesčius.

Analizuojant pateikimo kokybę, respondentai vertino šiuos kriterijus: krovinų pristatymas laiku, galimybė gabenti įvairaus dydžio krovinus, krovinų dokumentų sutvarkymas, krovinų pervežimas nepažeidus pakuotės, naujausių technologijų naudojimas, transporto priemonių modernumas, pažadų įsipareigojimo vykdymas (3 pav.).



**3 pav. Pateikimo kokybė**

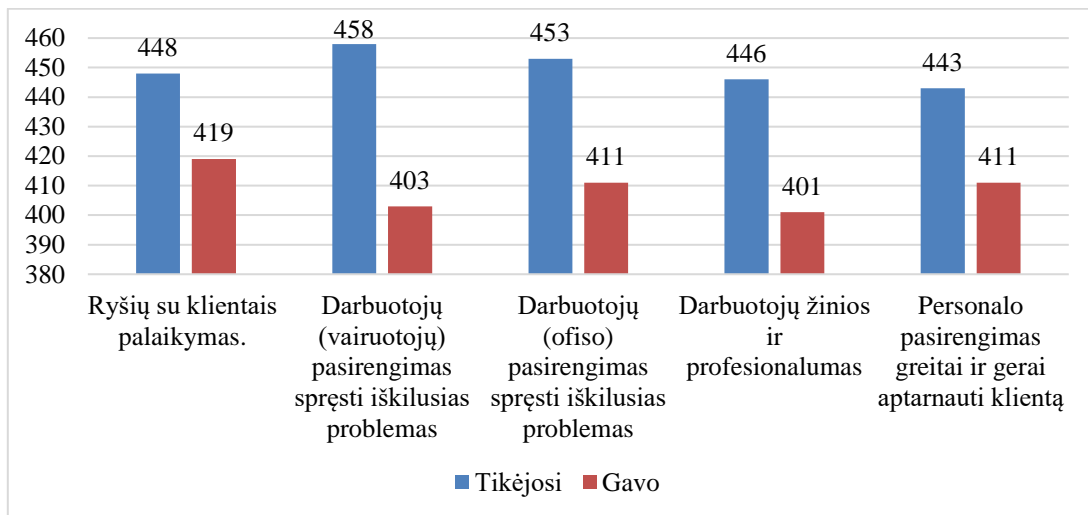
*Šaltinis: sudaryta autorių*

Gauti rezultatai parodė, kad visais atvejais klientai turėjo didesnius lūkesčius dėl pateikimo kokybės, nei gavo realiai. Nustatyta, kad didžiausias skirtumas tarp to ko klientai tikėjosi ir ką gavo yra pažadų ir įsipareigojimo vykdymas (43 balai), krovinų pristatymas laiku (41 balas) ir aptarnavimo kokybė (40 balų). Mažiausias skirtumas tarp to ko klientai tikėjosi ir ką gavo matomas galimybėje transportuoti įvairius krovinus (33 balai), krovinų pristatymas nepažeidus pakuotės (24 balai) ir naujausių technologijų naudojimas (18 balų). Šie rezultatai rodo, kad nuolatinis autoparko atnaujinimas ir kontrolės priežiūros priemonės padeda išvengti krovinų pažeidimų, o naujausios technologijos leidžia transportuoti įvairius krovinus, tačiau pastebimos klaidos susijusios su klientų aptarnavimu. Susumavus visus įvertinimus, iš viso, tai ko klientai tikėjosi atitiko 4078 balus, o gautos paslaugų kokybės įvertinimas atitiko 3739 balus. Skirtumas tarp tikėtiosios ir patirtos kokybės -339, balai (nuokrypis -0,38) nėra didelis, bet rodo spragas, kurias reikia analizuoti detaliau. (1 lentelė).

**1 lentelė. Pateikimo kokybės nuokrypių skaičiavimas** (Šaltinis: sudaryta autorių)

Sritis	Laukiama kokybė		Patirta kokybė		Formulė	Nuokrypis
	Balų suma	Vidurkis	Balų suma	Vidurkis		
Pateikimo kokybė	4078	4,54	3739	4,16	$\sum$ vidurkis patirtos kokybės – $\sum$ vidurkis laukiamos kokybė	<b>-339/ -0,38</b>

Analizuojant santykių (ryšių) kokybę, vertinti šie kriterijai: ryšių su klientais palaikymas, darbuotojų (vairuotojų) pasirengimas spręsti iškilusias problemas, darbuotojų (vadybininkų) pasirengimas spręsti iškilusias problemas, darbuotojų (vairuotojų) darbo kultūra, mandagumas, darbuotojų žinios ir profesionalumas, personalo pasirengimas greitai ir gerai aptarnauti klientą (4 pav.).



**4 pav. Santykių (ryšių) kokybė**

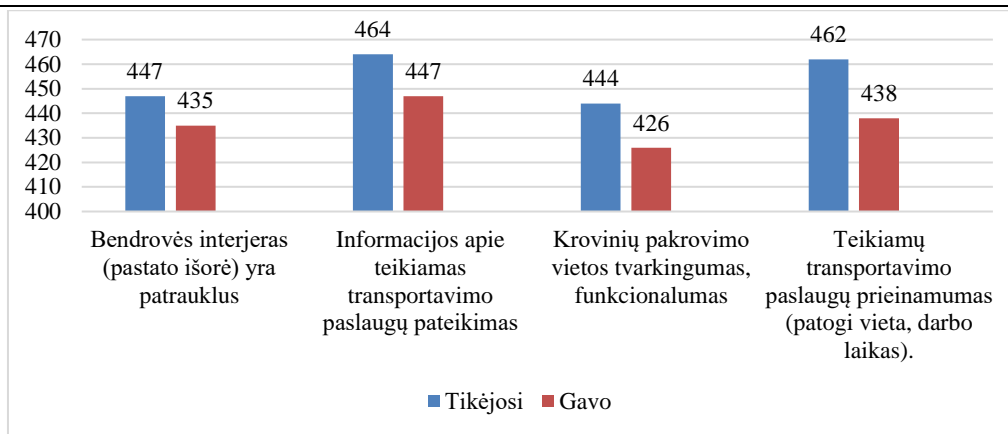
Šaltinis: sudaryta autorių

Gauti duomenys patvirtino, kad įmonė turėtų atkreipti dėmesį į klientų aptarnavimo kultūrą, atsakomybę, profesionalumą. Didžiausias skirtumas vertinant šiuos kriterijus matomas darbuotojų pasirengime spręsti iškilusias problemas (55 balai) bei žiniose ir profesionalume (45 balai). Norint sumažinti šį skirtumą, reiktų daugiau dėmesio skirti ne tik vairuotojų mokymams sėkmingam ir saugiam darbui keliuose, bet kelti kvalifikaciją komunikavimo su klientais srityje. Svarbu paminėti, kad ryšių su klientais palaikymo kriterijus turi mažiausią lūkesčių ir realybės neatitiktį (29 balai). Susumavus visus įvertinimus, iš viso tai, ko klientai tikėjosi atitiko 2248 balus, o gautos paslaugų kokybės įvertinimas atitiko 2045 balus. Skirtumas tarp tikėtiosios ir patirtos kokybės -203 balai, nuokrypis -0,41 (2 lentelė).

**2 lentelė. Santykių ir ryšių kokybės nuokrypių skaičiavimas** (Šaltinis: sudaryta autorių)

Sritis	Laukiama kokybė		Patirta kokybė		Formulė	Nuokrypis
	Balų suma	Vidurkis	Balų suma	Vidurkis		
Pateikimo kokybė	2248	4,5	2045	4,09	$\sum$ vidurkis patirtos kokybės – $\sum$ vidurkis laukiamos kokybė	<b>-203/ -0,41</b>

Analizuojant projektavimo kokybę vertinti šie kriterijai: bendrovės eksterjeras/interjeras, informacijos apie teikiamas transportavimo paslaugų pateikimas, krovinių pakrovimo vietos tvarkingumas, funkcionalumas, teikiamų transportavimo paslaugų prieinamumas, t. y. patogi vieta, darbo laikas (5 pav.).



5 pav. Projektavimo kokybė

Šaltinis: sudaryta autorių

Išanalizavus tyrimo duomenis, nustatyta, kad didžiausias skirtumas tarp to, ko tikėjosi respondentai ir ką gavo – teikiamų transportavimo paslaugų prieinamumas (patogi vieta, darbo laikas) (24 balai). To priežastys gali būti dėl to, kad su darbuotojais galima susisiekti tik darbo dienomis ir darbo laiku 8:30 – 17:30, o nemažai pervežimų, vyksta po darbo valandų ir savaitgaliais, todėl gali būti sunku susisiekti su budinčiu darbuotoju, jam gali trūkti kvalifikacijos spręsti iškilusiais problemomis. Be to informacija apie darbo laiką ir budinčiojo kontaktai įmonės internetiniame puslapyje nėra matomi. UAB „Vlantana“ įsikūrusi netoli Klaipėdos, šalia autostrados, tačiau pasiekti įmonę kyla sunkumų, nes norint patekti į įmonę, reikia apvažiuoti kitais keliais. Tikėtina, kad būtent šios priežastys lėmė, kad respondentų lūkesčiai buvo didesni, nei gavo realybėje. Krovinių pakrovimo vietos tvarkingumas ir funkcionalumas, informacijos apie teikiamas transportavimo paslaugų pateikimas taip pat turi nedidelį atotrūkį tarp to, ko tikėtasi ir kas gauta (18/17 balų). Šis rezultatas rodo, kad klientai susiduria su informacijos trūkumu, bei krovinių vietos tvarkingumo ir funkcionalumo kokybės užtikrinimo problema. Mažiausias atotrūkis tarp to ko tikėjosi ir ką gavo nustatytas vertinant bendrovės eksterjerą/interjerą (12 balų). Susumavus visus įvertinimus, iš viso tai, ko klientai tikėjosi atitiko 1817 balus, o gautos paslaugų kokybės įvertinimas atitiko 1746 balus. Skirtumas tarp tikėtosios ir patirtos kokybės -71 balas, nuokrypis -0,18 (3 lentelė).

3 lentelė. Projektavimo kokybės nuokrypių skaičiavimas (Šaltinis: sudaryta autorių)

Sritis	Laukiama kokybė		Patirta kokybė		Formulė	Nuokrypis
	Balų suma	Vidurkis	Balų suma	Vidurkis		
Pateikimo kokybė	1817	4,54	1746	4,36	$\sum \text{vidurkis patirtos kokybės} - \sum \text{vidurkis laukiamos kokybės}$	<b>-71/ -0,18</b>

Apibendrinant tyrimo duomenis visose tirtose kokybės vertinimo srityse respondentų lūkesčiai buvo didesni už realią patirtį, tačiau skirtumas yra mažas. Visi kriterijai įvertinti 4-5 balų intervale 5 balų skalėje. Klientų lūkesčius geriausiai atitinka projektavimo kokybės kriterijai (nuokrypis 0,18). Kiek didesnis skirtumas tarp tikėtinos ir gautos paslaugos nustatytas vertinant santykių ir ryšių kokybės (nuokrypis 0,38) bei pateikimo kokybės kriterijus (nuokrypis 0,41). Didžiausi neatitikimai tarp tikėtos ir gautos paslaugos nustatyti šiuose kokybės vertinimo kriterijuose: vairuotojų pasirengimas spręsti iškilusias problemas, darbuotojų žinios ir profesionalumas, pažadų ir įsipareigojimo vykdymas, krovinių pristatymas laiku ir aptarnavimo kokybė.

## Išvados

1. Paslaugų kokybės įvertinimui naudojami įvairūs paslaugų kokybės vertinimo modeliai. E. Gummesson 4Q ir Ch. Gronroos intergruotos kokybės modeliai yra vieni iš pirmaujančių ir plačiai naudojamų paslaugų kokybės vertinimo modelių, kurie padeda suprasti visą paslaugų

teikimo ciklą, nuo klientų poreikių ir lūkesčių iki galutinių rezultatų ir klientų vertinimo. E. Gummesson akcentuoja kokybės šaltinius (projektavimą, gamybą, pateikimą ir ryšius), o Ch. Gronroos akcentuoja bendrai suvoktą kokybės (patirtos ir laukiamos) svarbą. Šių modelių esmė - vartotojo suvokimas, kuris leidžia išsamiai nustatyti, ar suformuota paslaugos kokybė tikrai pripažįstama vartotojų. Taikant šiuos modelius, paslaugų teikėjai gali identifikuoti sritis, kuriose galima tobulinti paslaugų kokybę ir gerinti bendrą vartotojų patirtį.

2. Ištyrus UAB „Vlantana“ transportavimo paslaugų kokybę, remiantis E. Gummesson 4Q ir Ch. Gronroos integruotos kokybės modelių metodika bei parinktais vertinimo kriterijais nustatyta, kad visose tirtose kokybės vertinimo srityse respondentų lūkesčiai buvo didesni už realią patirtį. Klientų lūkesčius geriausiai atitinka projektavimo kokybės kriterijai patrauklumas, informacijos pateikimas, paslaugų prieinamumas vietos ir darbo laiko atžvilgiu (nuokrypis -0,18). Kiek didesnis skirtumas tarp tikėtinos ir gautos paslaugos nustatytas vertinant santykių (ryšių) kokybės kriterijus: ryšių su klientais palaikymas, darbuotojų pasirengimas spręsti iškilusias problemas, vairuotojų darbo kultūra, mandagumas, darbuotojų žinios ir profesionalumas, personalo pasirengimas greitai ir gerai aptarnauti klientą (nuokrypis -0,38) bei pateikimo kokybės kriterijus: krovinių pristatymas laiku, galimybė gauti įvairaus dydžio krovinius, krovinių dokumentų sutvarkymas, krovinių pervežimas nepažeidus pakuotės, naujausių technologijų naudojimas, pažadų įsipareigojimo vykdymas (nuokrypis -0,41). Didžiausi neatitikimai tarp tikėtos ir gautos paslaugos nustatyti šiuose kokybės vertinimo kriterijuose: vairuotojų pasirengimas spręsti iškilusias problemas, darbuotojų žinios ir profesionalumas, pažadų ir įsipareigojimo vykdymas, krovinių pristatymas laiku ir aptarnavimo kokybė. Nors bendras transportavimo paslaugų vertinimas yra geras ir neatitikimas tarp respondentų lūkesčių ir realiai gautos paslaugos nedidelis, o respondentų nuomonė gali būti ir subjektyvi dėl įvairių aplinkybių, įmonei rekomenduojama atkreipti dėmesį į nustatytas spragas ir atlikti detalizuotą tyrimą konkrečių, blogiau įvertintų kriterijų, priežasčių nustatymui. Nepaisant, kad visose tirtose kokybės vertinimo srityse respondentų lūkesčiai buvo didesni už realią patirtį, tas skirtumas yra mažas, visi kriterijai įvertinti 4-5 balų intervale 5 balų skalėje, todėl transportavimo paslaugų kokybę UAB „Vlantana“ Klaipėdos padalinyje galima vertinti kaip labai gerą.

## Literatūros sąrašas

1. Bagdonienė, L. ir Hopenienė, R. (2015). Paslaugų marketingas ir vadyba. Kaunas: Technologija.
2. Bilevičienė, V. ir Jonušauskas, T. (2011). Statistinių metodų taikymas rinkos tyrimuose. Vilnius: MRUGhournrassi.
3. Gargasas, A., Mūgienė, I. (2012). Paslaugų kokybės tobulinimo kryptys žemės ūkio produkciją superkančiose įmonėse // Vadybos mokslas ir studijos, 1(30), 52-59.
4. Ghournrassi A, ir Ūigu, G. (2017). The impact of the logistics management in customer satisfaction. Proceedings of the 11th International Conference on Business Excellence, 292– 301. doi:10.1515/picbe-2017-0031.
5. Grönroos, Ch. (2007). Service Management and Marketing. Customer Management in Service Competition. Chichester: John Wiley & Sons.
6. Grönroos, Ch., Gummesson, E. (1985). Service Marketing – Nordic School Perspectives. Stockholm: University of Stockholm, Department of Business Administration, Research Report.
7. Kardelis, K. (2017). Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidyklos centras.
8. Kilibarda, M., Andrejič, M., & Popovič, V. (2020). Research in logistics service quality: a systematic literature review. *Transport*, 35(2), 224-235. <https://doi.org/10.3846/transport.2019.11388>.
9. Langvinienė, N., Vengrienė, B. (2008). Paslaugų teorija ir praktika. Kaunas: Technologija.
10. Simanauskienė, L. (2007). Konsultavimo paslaugų kokybės vertinimas. Lietuvos žemės ūkio universitetas. Prieiga per internetą: [http://jaunasis-mokslininkas.asu.lt/smk\\_2007/vadyba/Simanauskiene\\_Laima.pdf](http://jaunasis-mokslininkas.asu.lt/smk_2007/vadyba/Simanauskiene_Laima.pdf).
11. Sprogytė, I. ir Zinkevičiūtė, V. (2014). Transporto įmonės kokybės vadybos sistemos projektavimas, įvertinant vartotojų poreikius. *Verslas XXI amžiuje*, 6(1), 1–8.
12. Tontini, G., Söilen, K. S. ir Zanchett, R. (2017). Nonlinear antecedents of customer satisfaction and loyalty in third-party logistics services (3PL). *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(5), 1116–1135.



## EVALUATION OF TRANSPORT SERVICES QUALITY OF THE PRIVATE LIMITED COMPANY "VLANTANA"

Jūratė Leonavičienė<sup>1</sup>, Živilė Rupeikaitė<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Klaipėdos valstybinė kolegija/ Higher Education Institution, Jaunystės 1, Klaipėda*

<sup>2</sup>*UAB "Vlantana" Dvaro str. 1, Gobergiškės Klaipėda district.*

### Summary

The article analyzes the need for service quality evaluation, its benefits to companies, discusses service quality evaluation models, and presents the results of the conducted research.

The aim of the research: to evaluate the quality of transport services at the Klaipėda branch of Limited Liability Company "Vlantana".

Research objectives:

1. To analyze E. Gummesson's 4Q and Ch. Gronroos' integrated quality models from a theoretical perspective.

2. To investigate the quality of transport services at the Klaipėda branch of the private limited company "Vlantana" from the clients' perspective, based on E. Gummesson's 4Q and Ch. Gronroos' integrated quality model.

A quantitative study was conducted through a survey. 100 company clients participated in the study, evaluating the expected and actually experienced quality of transportation services in the company based on the criteria provided. Criteria selected for evaluating service quality encompass: punctual delivery of goods without compromising packaging integrity, capacity to transport goods of varying sizes, document preparation efficiency, utilization of cutting-edge technologies, adherence to promises and commitments, provision of comprehensive information regarding provided transportation services, cleanliness and functionality of loading facilities, accessibility of transportation services (including convenient location and operational hours), maintenance of robust communication channels with clients, employee preparedness to address emerging challenges, fostering of a conducive work culture, and demonstration of extensive knowledge and professionalism. Each criterion was evaluated twice: first, in terms of expected service quality, and second, in terms of the level of experienced service.

After evaluating three key areas of quality assessment—presentation quality, design quality, and relational quality—it was found that client expectations were best met in the following design quality criteria: attractiveness, information delivery, and service accessibility in terms of location and working hours (deviation of -0,18). A slightly larger gap between expected and received service was identified in the assessment of relational quality criteria, such as customer relationship management, staff readiness to address issues, driver work culture, politeness, employee knowledge and professionalism, and personnel preparedness to serve customers quickly and efficiently (deviation of -0.38), and in the assessment of presentation quality criteria, including timely cargo delivery, the ability to transport goods of various sizes, proper documentation handling, undamaged cargo transportation, the use of the latest technologies, and fulfilling promises (deviation of -0.41). The largest discrepancies between expected and received service were observed in the following quality assessment criteria: driver readiness to address issues, employee knowledge and professionalism, fulfilling promises, timely cargo delivery, and service quality. Despite the overall positive evaluation of transportation services and the relatively small gap between customer expectations and the actual service received, and acknowledging that respondent opinions can be subjective due to various factors, the company is advised to address identified gaps and conduct detailed investigations to determine the reasons for lower ratings in specific criteria. Although in all assessed quality domains, respondents had higher expectations than actual experiences, this difference is minor, with all criteria rated within a 4-5 point range on a 5-point scale. Therefore, the quality of transportation services at UAB "Vlantana" in the Klaipėda branch can be assessed as very good.

**Key words:** service quality, evolution of quality, transporting.