ZAKAJ JE POMEMBNO ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV IN KAKO GA MERITI?

mag. Stanka CERKVENIK

KUPEC JE KRALJ…

PA JE TEMU RES TAKO?

Kaj o zadovoljstvu uporabnikov že vemo in česa (še) ne?

Kakšen je pomen in koristi zadovoljstva uporabnikov?

Gre zgolj na področju javnih storitev zgolj za banalno, retorično vprašanje?

JAVNE STORITVE IN ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV

Monopolna podjetja so domnevno manj občutljiva za uporabnikovo zadovoljstvo:

- dobiček ni prednostni cilj izvajalcev javnih služb;
- zaradi odsotnosti konkurence v javnem sektorju ni izoblikovana zahteva po zadovoljevanju potreb uporabnikov;
- v javnem sektorju ni končnega razsodnika o tem, ali izvajalci zagotavljajo storitve, ki jih želijo uporabniki.

ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV NI VEČ IZKLJUČNA DOMENA ZASEBNEGA SEKTORJA

Regulatorne usmeritve in tržno zasnovane meritve izvajanja storitev v javnem sektorju so povzročile, da se začenjajo izvajalci javnih storitev zavedati potrebe po osredotočenju na uporabnika storitev.

Eden izmed temeljnih ciljev preobrazbe javne uprave v svetu in pri nas je usmeriti javne službe k uporabniku, njegovim pričakovanji in potrebam.

Priložnost za regulatorje, da s preusmeritvijo pogleda iz ponudbe v povpraševanje opredelijo zadovoljstvo uporabnikov kot strategijo za kakovostne javne storitve in institucionalno učinkovitost .

KAJ JE ZADOVOLJSTVO?

Uporabnik v posamični transakciji z določenim ponudnikom storitve potrdi lastna pričakovanja ali jih ne potrdi, kar vodi k njegovemu zadovoljstvu oziroma nezadovoljstvu s storitvijo.

- zadovoljstvo uporabnikov je čustven, kognitiven in/ali impulziven odziv;
- odziv temelji na vrednotenju primerjalnih standardov izdelka ali storitve, izkušenj pri porabi in/ali primerjalnih nakupnih dejavnikov;
- odziv se izraža pred nakupno odločitvijo ali po njej, po potrošnji, po ocenitvi doživete izkušnje ali kadarkoli pozneje, ko je uporabnik vprašan glede zadovoljstva z izdelkom oziroma storitvijo.

$$\text{Zadovoljstvo} = \frac{\text{Zaznana storitev}}{\text{Pričakovana storitev}}$$

KAKO POMEMBNO JE ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV?

Povprečno podjetje letno izgubi 20-odstotkov uporabnikov, ker niso zadovoljni s storitvami ali z izdelkom.

25-odstotkov uporabnikov je nezadovoljnih, od četrtine nezadovoljnih uporabnikov jih 95-odstotkov ne izrazi nezadovoljstva.

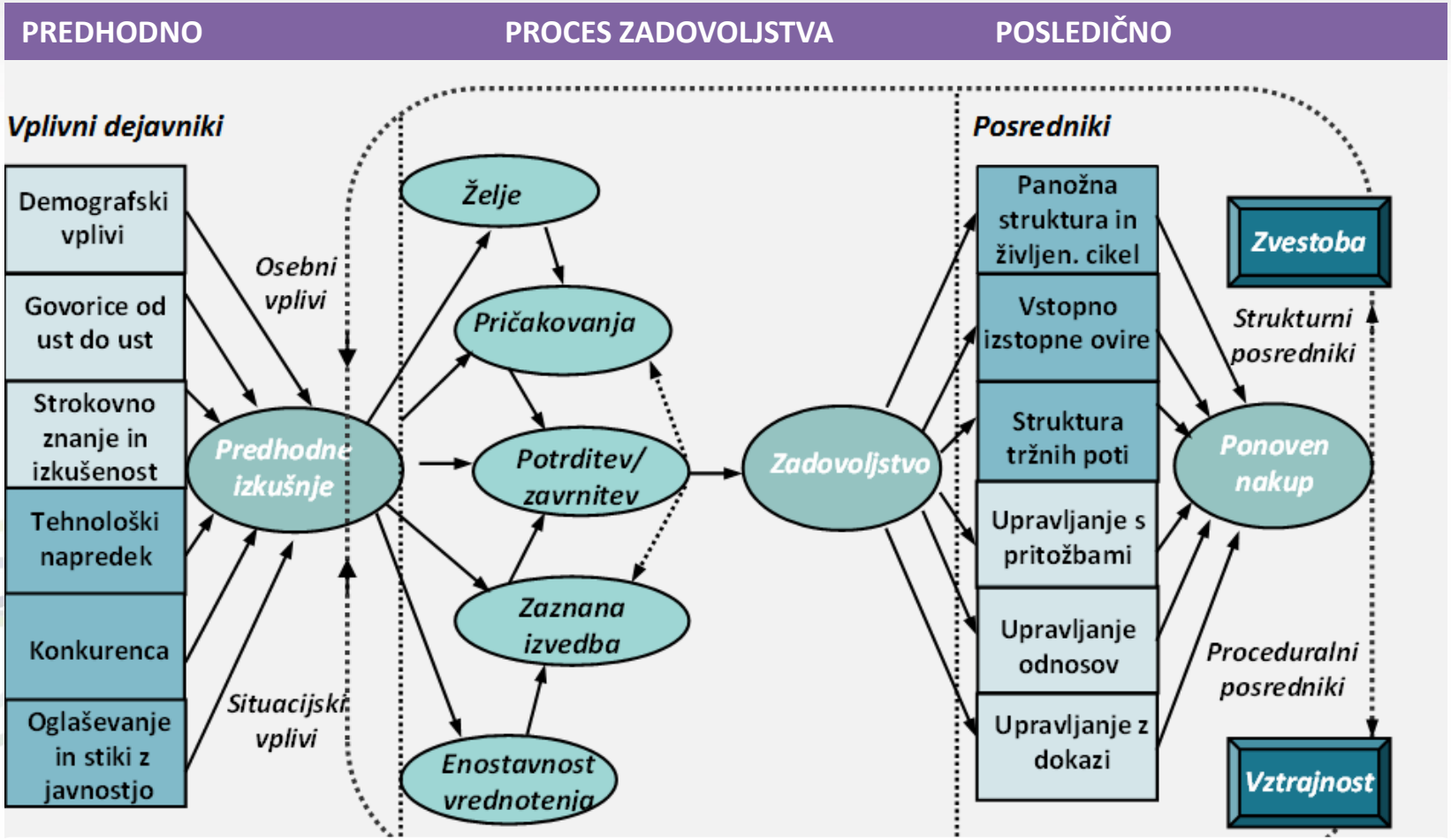
Od 5-odstotkov, ki izrazijo nezadovoljstvo, jih je le polovica zadovoljna z rešitvijo problema.

Zadovoljen uporabnik pove o svojem zadovoljstvu povprečno trem ljudem, nezadovoljen uporabnik bo opisal svoje nezadovoljstvo najmanj devetim ljudem,

KAKŠNI SO UČINKI ZADOVOLJSTVA?

Zadovoljstvo pozitivno vpliva na:	Obseg porabe
	Zvestobo podjetju
	Cenovno občutljivost
	Pričakovanja uporabnikov
	Tolerantnost do napak in težav
	Neobčutljivost za ponudbo drugih ponudnikov
	(Nižje) stroške transakcij
	Ugled podjetja

MODEL ZADOVOLJSTVA

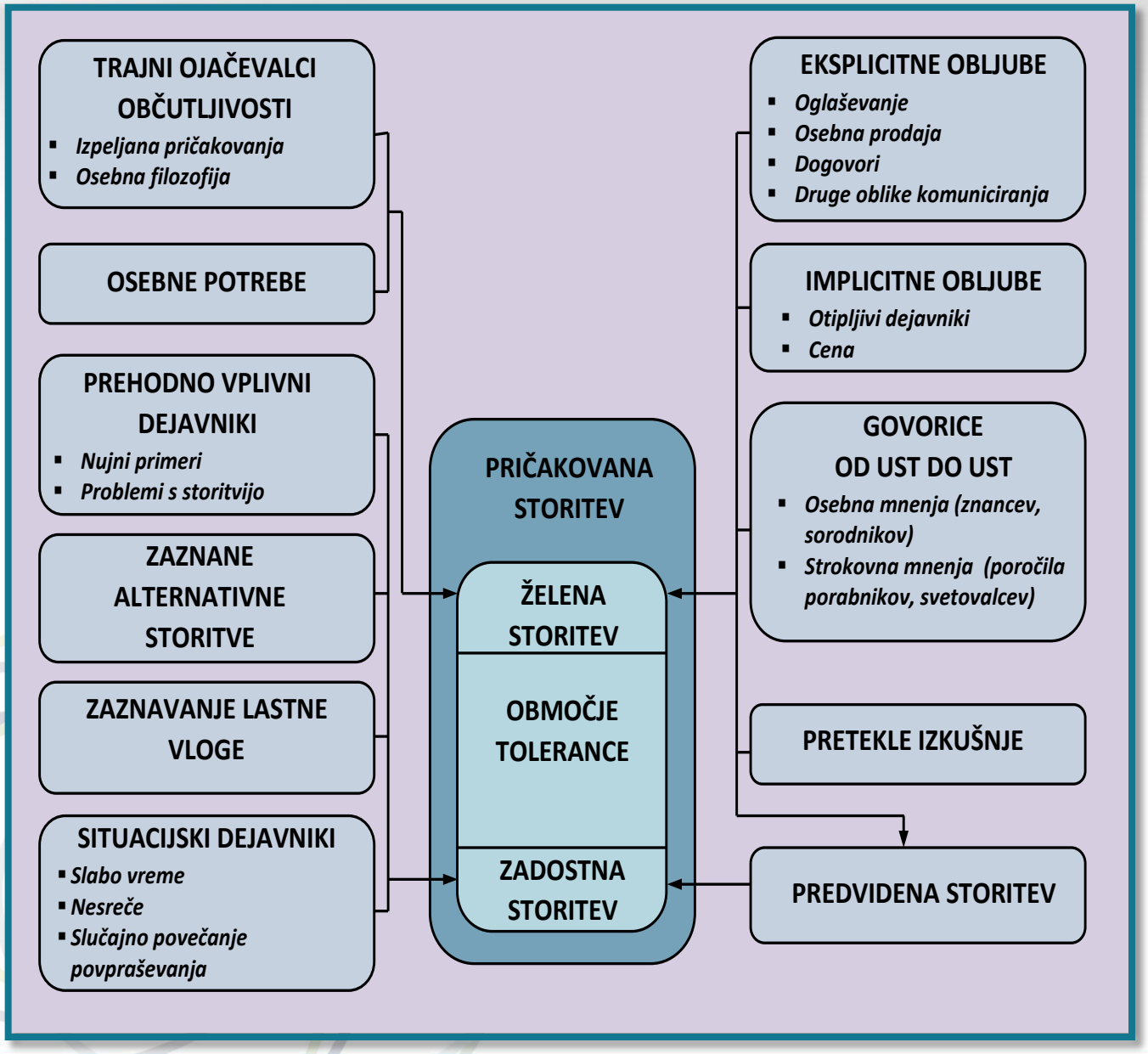


Uporabnik v posamični transakciji s ponudnikom storitve potrdi lastna pričakovanja ali jih ne potrdi, kar vodi k njegovemu zadovoljstvu oziroma nezadovoljstvu s storitvijo.

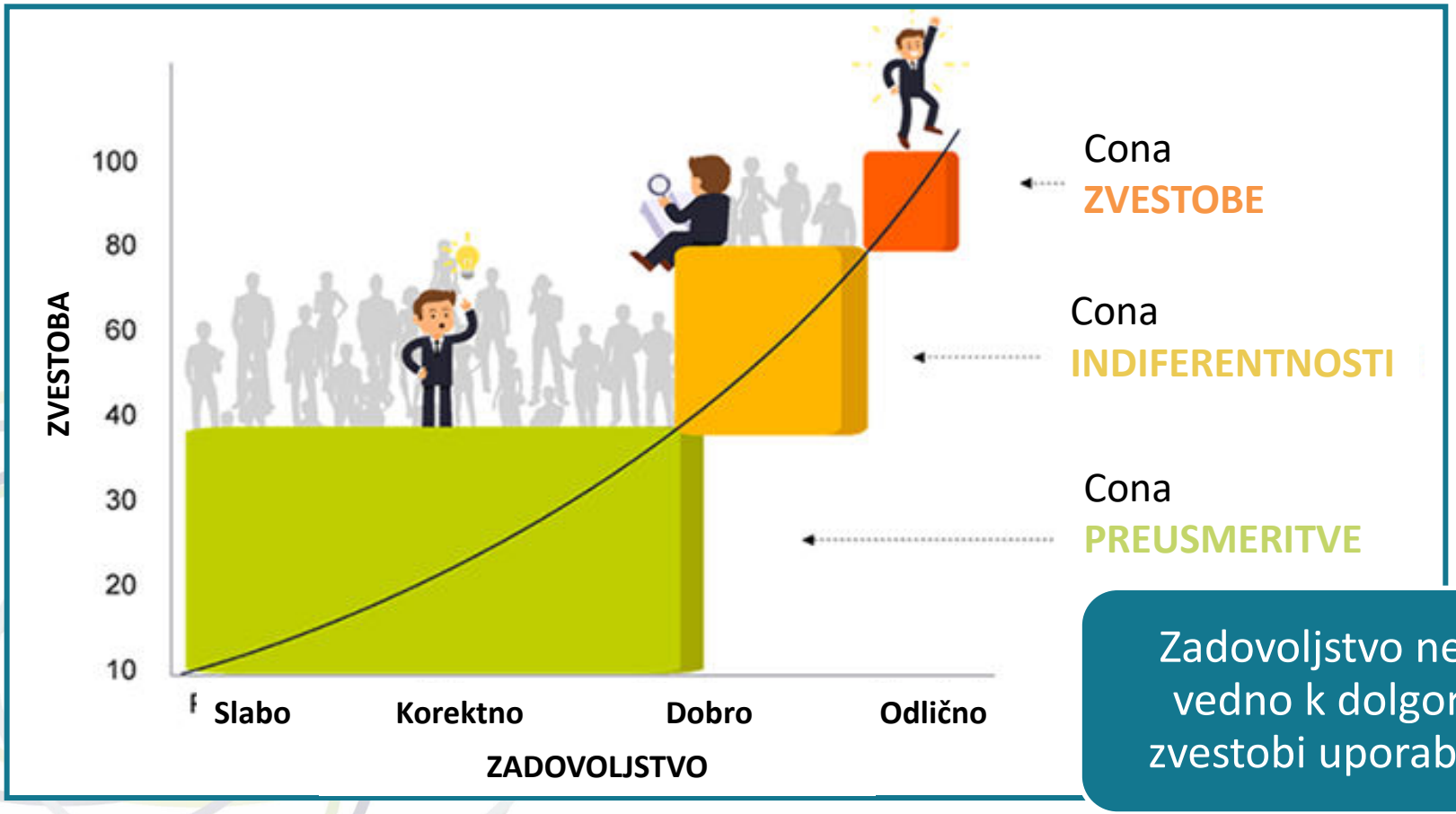
DEJAVNIKI ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV

Kakovostna storitev še ni dovolj za zadovoljstvo uporabnika.

KAJ VPLIVA NA PRIČAKOVANJA UPORABNIKOV?



ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV NIMA VREDNOSTI. NEPRECENLJIVA JE ZVESTOBA.



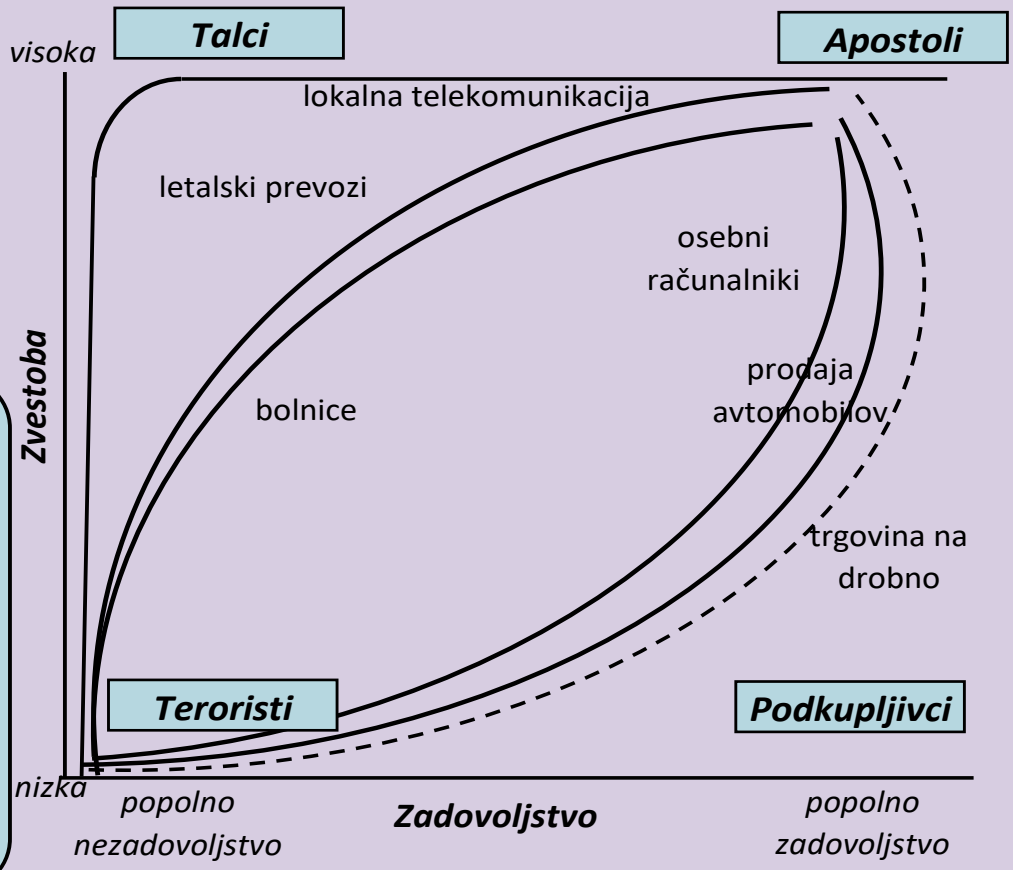
Zadovoljstvo ne vodi vedno k dolgoročni zvestobi uporabnikov.

UPORABNIKI KOT TALCI IN LAŽNA ZVESTOBA

NEKONKURENČNO PODROČJE

Majhno zadovoljstvo
Visoka zvestoba

- Regulirani monopoli
- Malo substitutov
- Močni programi zvestobe
- Visoki stroški zamenjave ponudnika
- Zaščitena tehnologija



VISOKO KONKURENČNO PODROČJE

Veliko zadovoljstvo
Nizka zvestoba

- Majhna diferenciacija
- Neopredeljenost porabnikov
- Veliko substitutov
- Nizki stroški zamenjave ponudnika

MED TALCI IN APOSTOLI

Talci

Nezadovoljni porabniki, ujeti pri ponudniku, ker so omejeni pri izbiri. Zelo verjetno bodo zamenjali ponudnika, ko bo za to priložnost, in postali teroristi, ki širijo slab glas o svoji negativni izkušnji.

Teroristi

Uporabniki, ki imajo možnost izbire med ponudniki in izkoristijo vsako priložnost za prestop k drugemu ponudniki ter tako izražajo in širijo svoje nezadovoljstvo s predhodnim ponudnikom.

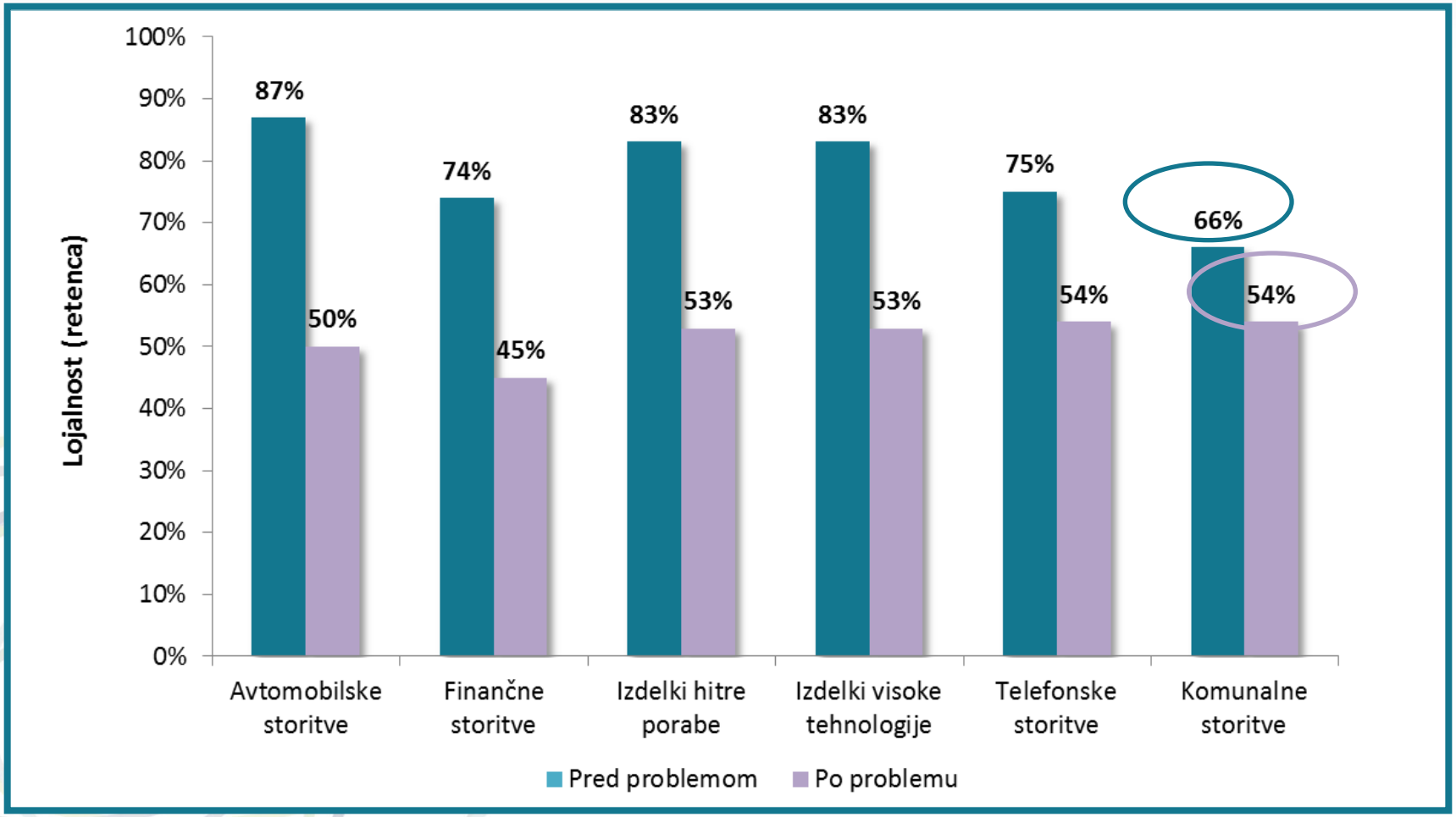
Podkupljivci

Sicer zadovoljni, vendar zelo nezvesti uporabniki. Kljub visokemu zadovoljstvu so pripravljeni takoj prestopiti h konkurentu, če se jim le ponudi ugodnejša ponudba.

Apostoli

Zadovoljni in zelo zvesti porabniki. Svoje navdušenje delijo z drugimi, kar privablja tudi nove uporabnike. To so uporabniki, ki si jih želi vsako podjetje.

VPLIV PROBLEMOV NA LOJALNOST



UGLED KOT DEJAVNIK ZVESTOBE

Za uporabnike je zagotavljanje javnih storitev samo po sebi umevno, prisotnosti izvajalcev se ne zavedajo, dokler ne pride do motenj v oskrbi.

- Pritožbe so najpogostejši razlog, da uporabniki navežejo stik z izvajalskim podjetjem in izkušnje so večinoma negativne.
- Ugled podjetja je v takih primerih pomemben dejavnik zvestobe uporabnikov, ki pri napakah v izvajanju storitev za podjetje deluje varovalno. Uporabniki ne bodo usodno zamerili napake podjetju, o katerem imajo dobro mnenje.
- Ugled pomembno vpliva na zaznavanje kakovosti storitev in na druge dejavnike zvestobe uporabnikov.
- Visoka stopnja ugleda ima številne ugodne posledice za podjetje v njegovem odnosu do različnih deležnikov, kar vpliva na uspešnost poslovanja.

VPLIV ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV NA USPEŠNOST

KAKOVOST → ZADOVOLJSTVO → ZVESTOBA → KORISTNOST

Prvi pogoj za doseganje zadovoljstva je kakovost storitev oziroma doseganje celovite kakovosti v podjetju, kar mora zaznavati tako uporabnik kot tudi vsi zaposleni v podjetju.

Verjetna posledica dolgotrajnega zadovoljstva je zvestoba uporabnika. Uporabniki morajo zaznati sposobnost podjetja, da kakovostno izvaja storitve in ob vsaki izkušnji s podjetjem doživeti zadovoljstvo.

Zadovoljstvo in zvestoba sta neločljivo povezana. Skupaj predstavljata pomemben kapital podjetja, ki mu omogoča dolgoročno uspešno poslovanje.

NI DOVOLJ UPORABNIKA ZADOVOLJITI, STORITEV MORA PRESEČI NJEGOVA PRIČAKOVANJA IN GA NAVDUŠITI!

"Who wants to be satisfied when we can be AMAZED. Let's go there."

ZAKAJ MERITI ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV?

- Spoznati najpomembnejše zahteve uporabnikov glede storitvene ponudbe podjetja;
- Spremljati in nadzorovati izvajanje storitev;
- Opredeliti odnos med kakovostjo storitev in pozitivnimi posledicami zadovoljstva uporabnikov;
- Opredeliti nezadovoljne uporabnike in poskušati izboljšati storitve.

KLJUČNO ZA MERJENJE ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV

UPORABNA VREDNOST REZULTATOV MERJENJA ZADOVOLJSTVA PORABNIKOV

Raziskovanje zadovoljstva uporabnikov doseže svojo vrednost le, če se odkrite želje in pričakovanja porabnikov ustrezno vgradijo v delovanje podjetja.

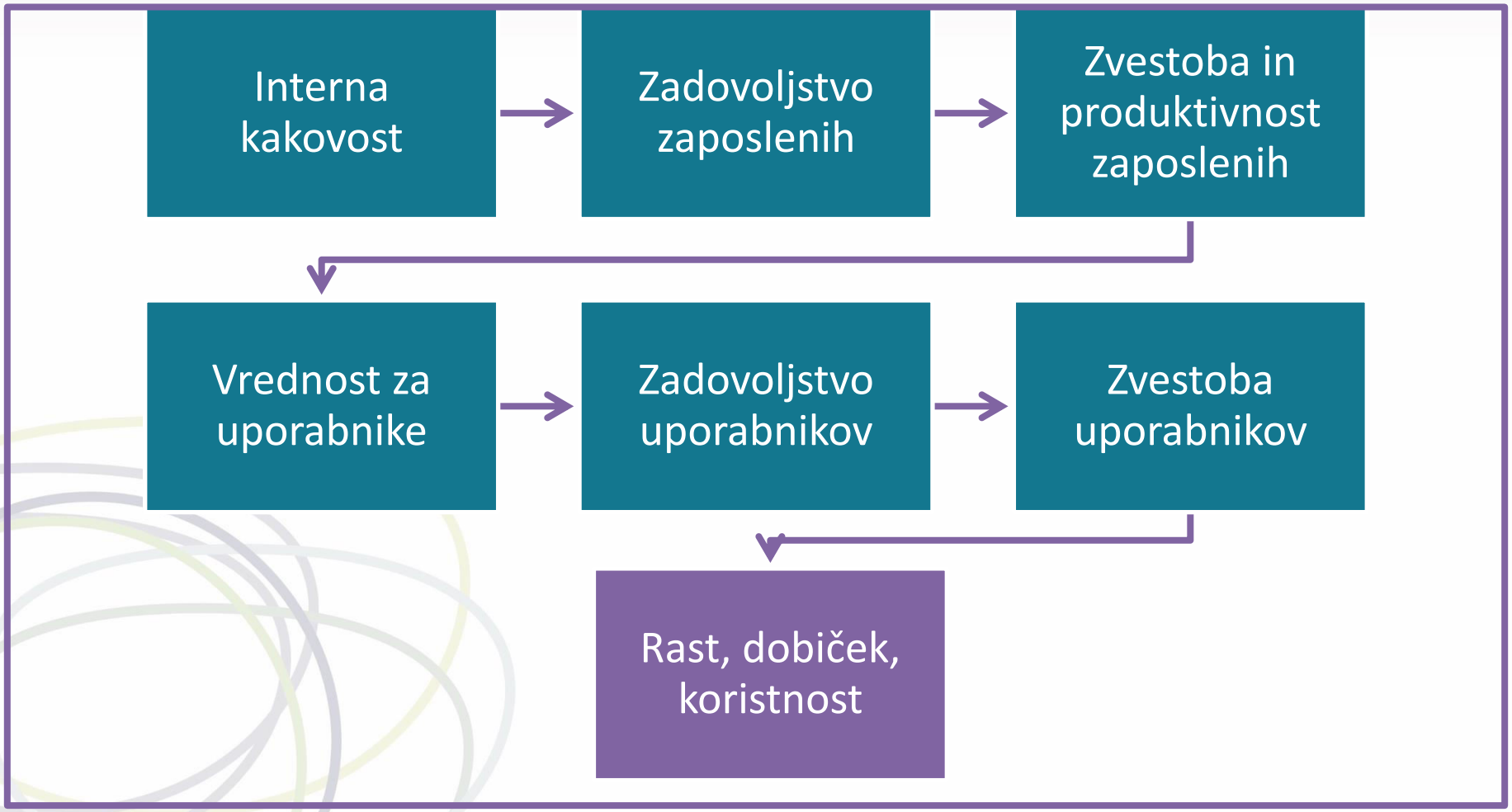
- Z informacijami o zadovoljstvu uporabnikov morajo biti seznanjeni vodilni, ki imajo moč za spreminjanje procesov, in vsi, ki dejansko izvajajo storitvene procese.

Raziskovanje zadovoljstva ima svojo uporabno vrednost le, če odgovori vodstvu, kakšne bodo posledice izboljšanja posameznih dejavnikov.

- Če je program s tega vidika strokovno pomanjkljiv, je smiselno z dodatno posledično analizo zagotoviti oceno vpliva posameznih dejavnikov.

Merjenje zadovoljstva mora preseči okvir poročila o zadovoljstvu uporabnikov in postati vodič za njegovo izboljšanje.

KAKO IZBOLJŠATI ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV?



POSREDNO UGOTAVLJANJE ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV

Na relativno hiter in enostaven način podjetje pridobi osnovne informacije o zadovoljstvu uporabnikov s spremljanjem in analiziranjem podatkov :

- o prodaji,
- rezultatih poslovanja in
- pritožbah uporabnikov.

Zelo tvegano, če je to izključno merjenje zadovoljstva in ugotavljanje, ali zaznano izvajanje storitev dosega oz. presega pričakovanja uporabnikov.

V povprečju se pritoži le 4 % nezadovoljnih porabnikov, podjetje lahko s pasivnim pristopom zgreši razloge za nezadovoljstvo pri preostalih 96 % nezadovoljnih uporabnikov.

NAČINI MERJENJA ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV

Izbor metode je odvisen od:

- namena raziskovanja,
- razpoložljivih sredstev,
- usposobljenosti osebja,
- razpoložljivega časa in
- zahtevane kakovosti rezultatov.

Uspešni načini vključujejo optimalno kombinacijo vseh metod in potekajo kontinuirano, da podjetje pravočasno spozna spremembe pri uporabnikih.

- Analiza pritožb in predlogov uporabnikov
- Anketa o zadovoljstvu uporabnikov
- Namišljeno nakupovanje
- Analiza izgubljenih uporabnikov

UGOTAVLJANJE SPLOŠNEGA ZADOVOLJSTVA NI DOVOLJ!

Z raziskovanjem zadovoljstva je ključno:

- ugotoviti, kaj ustvarja splošno zadovoljstvo,
- kakšne so prednosti in slabosti storitev v primerjavi z drugimi ponudniki,
- spoznati področja, na katerih so možnosti za izboljšanje kakovosti storitev,
- spremljati, kako uspešni so bili ukrepi za izboljšanje zadovoljstva uporabnikov.

KONTINUIRANO MERJENJE ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV JAVNIH STORITEV

NAMEN

Spremljanje odnosa gospodinjstev in posameznikov do delovanja izvajalcev.

CILJI

Ugotoviti uspešnost izvajanja javnih služb in analizirati odnose ter spremembe v odnosih kot podlago za sprejemanje ustreznih poslovnih odločitev .

PREDNOSTI KONTINUIRANEGA MERJENJA ZADOVOLJSTVA

Sistematično in kontinuirano spremljanje zadovoljstva omogoča podjetju pravočasno zaznavanje sprememb v zadovoljstvu uporabnikov, analizo vzrokov za odklone in ustrezno prilagojeno ukrepanje.

Omogoča, da podjetje opredeli razloge za spreminjanje zadovoljstva pri uporabnikih in jih poveže s svojimi poslovnimi aktivnostmi ter sprejme ustrezne poslovne odločitve.

Podjetje lahko za načrtovane poslovne odločitve predhodno preveri odziv uporabnikov in se tako izogne nepotrebnemu nezadovoljstvu ključnih uporabnikov.

Sistematično merjenje zadovoljstva uporabnikov je učinkovit način za preusmeritev pozornosti izvajalcev javnih storitev k uporabnikom in samo po sebi opozarja zaposlene, da je povečanje zadovoljstva za podjetje pomemben strateški cilj.

UGOTOVITVE RAZISKAVE ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV JAVNIH STORITEV

Uporabniki spremljajo delovanje izvajalcev javnih služb v družbenem prostoru in kritično ocenjujejo ugled tudi na podlagi dejavnikov, ki niso neposredno povezani z izvajanjem gospodarskih javnih služb.

S poznavanjem delovanja rasteta ugled podjetja in uporabnikovo zadovoljstvo s storitvami, ki jih izvaja.

Uporabnik, ki sčasoma bolje spozna področja in pristojnosti delovanja izvajalca javnih služb, temu prilagodi svoja pričakovanja.

Uporabnik, ki je zadovoljen s storitvami izvajalca javnih služb, pripisuje podjetju tudi ugled in obratno, s storitvami uglednega podjetja so uporabniki na splošno zadovoljnejši.

RAZISKAVA DEJAVNIKOV ZADOVOLJSTVA S KOMUNALNIMI STORITVAMI NA PORTUGALSKEM

Raziskava potrjuje, da na splošno zadovoljstvo uporabnikov v komunalnem sektorju pomembno vpliva specifično zadovoljstvo, ki ni povezano s socialno-ekonomskimi in demografskimi značilnostmi uporabnikov.

Rezultati za sektor odpadkov kažejo, da na splošno zadovoljstvo bistveno vplivajo zadovoljstvo uporabnikov z bližino, čiščenjem in vzdrževanjem posod za odpadke, odlaganje odpadkov poleg zbirnih mest in zaupanje v obdelavo mešanih in ločeno zbranih odpadkov.

Pomembna je ugotovitev, da tehnični kazalniki ni odražajo ravni zadovoljstva. Na zadovoljstvo uporabnikov močno vplivajo pričakovanja, šele nato dejanska kakovost – kar usmerja v raziskavo pričakovanj uporabnikov komunalnih storitev.

IN KAJ PO TEM?

S sistematičnim in kontinuiranim spremljanjem zadovoljstva uporabnikov lahko komunalna podjetja:

- spoznajo pričakovanja uporabnikov,
- pojasnijo področje in obseg odgovornosti,
- spoznajo razloge za nezadovoljstvo,
- oblikujejo porabnikom prilagojeno ponudbo,
- presežejo pričakovanja uporabnikov.

S kakovostnim in odgovornim izvajanjem javnih storitev lahko:

- dosegajo visoko zadovoljstvo uporabnikov,
- povečajo prepoznavnost,
- utrdijo ugled,
- razvijejo trajen odnos obojestranskega zaupanja in
- s tem dosežejo cilj, zaradi katerega so ustanovljena.

Mag. Stanka Cerkvenik, univ. dipl. ekon.
strokovna direktorica

T: +386 41 821 821
E: stanka.cerkvenik@javne-sluzbe.si

INŠTITUT ZA JAVNE SLUŽBE

Slovenska cesta 54, Ljubljana
www.javne-sluzbe.si