

MJERENJE KVALITETA HOTELSKE USLUGE INSTRUMENTOM SERVQUAL

MEASUREMENT OF THE HOTEL SERVICES QUALITY BY USING THE SERVQUAL INSTRUMENT

Džemal Kulašin

Ekonomska škola Travnik/Fakultet za menadžment i turizam Travnik

Izlaganje sa naučnog skupa

Ključne riječi: kvalitet, usluga, SERVQUAL, turizam

Key words: quality, service, SERVQUAL. tourism

SAŽETAK:

Percepcija usluge obilježena je karakteristikama koji je čine znatno kompleksnijom za elaboraciju u odnosu na percepciju proizvoda. Istovremeno, udio usluge u bruto društvenom proizvodu većine zemalja sve više raste, čime se i akademskim i menadžerskim krugovima naprosto nameću zadaci na iznalaženju najboljih načina za njeno interpretiranje.

Hotelska usluga, zbog izrazite heterogenosti korisnika i nužnosti interakcije, iziskuje poseban napor na svom evaluiranju. Zbog toga, za utvrđivanje nivoa kvaliteta hotelske usluge nužna je primjena znanstvenih instrumenata, kako bi se profilirala usluga za projiciranje najboljih finansijskih efekata.

Ovaj rad inaugurira instrument SERVQUAL, te nudi moguće varijante njegova korištenja za utvrđivanje nivoa kvaliteta hotelske usluge sa ciljem njenog unaprijeđenja, te time i unaprijeđenja turizma uopće. SERVQUAL je znanstveni instrument za mjerenje kvaliteta usluge, apliciran u raznim segmentima usluge, čija se prednost u odnosu na druge metode ogleda prvenstveno u statistički dokazanoj pouzdanosti dobijenih rezultata.

ABSTRACT:

Service perception is marked with characteristics that make it more complex for elaboration comparing it to the product perception. At the same time, service percentage in the world economy is increasing continuously and therefore academic and management's circles must be forced with exploring the best manners for service interpretation.

Due to enormous heterogeneity of users and a need of interactions, hotel service requires an extraordinary effort just to be evaluated. Regarding pre-mentioned, process of quality level in numerous cases of hotel service, usage of scientific instrument is a "must" so the service could be profiled for a projection of the best financial effects.

This work inaugurates the scientific instrument for measuring service quality SERVQUAL. Also, this work offers possible variation of SERVQUAL usage for the determination of quality level belonging to hotel service and carrying the supreme goal - improvement of tourism.

1. UVOD

Problemi u mjerenju kvaliteta usluge javljaju se zbog nedostatka jasnih i mjerljivih parametara u određenju kvaliteta, što nije slučaj kod kvaliteta proizvoda. Naglašavajući kompleksnost evaluacije usluge, Ghobadian navodi nekoliko momenta: a) neopipljivost (usluge nisu objekti i ne mogu se opipati kao proizvodi), b) neodvojivost usluge od njene konzumacije (simultana "proizvodnja" i "potrošnja" usluge), c) heterogenost usluge (istu uslugu u jednoj instituciji može izvoditi više osoba) i d) nemogućnost "skladištenja" usluge, što je posljedica prethodnih karakteristika. Sve to rezultira da je usluga još uvijek obojena nedoumicama (1) te i dalje širom otvoren prostor za istraživanja u akademskim svjetskim krugovima.

Hotelska usluga u potpunosti reflektira svu kompleksnost usluge uopće, za koju Tribe ističe da predstavlja svojevrstan kontinuum, niz transakcija, što dodatno usložnjava standardizaciju usluge i ustanovljavanje nivoa kvaliteta.

Zbog toga, u neumitnoj težnji za poboljšanjem kvaliteta hotelskih usluga i zadovoljstva hotelskih gostiju, hotelski menadžeri doista nailaze na problem mjerenja kvaliteta usluga (2). Prema Marković, mogu se razlučiti dvije prepreke; prvo, hotelski menadžeri ne znaju šta sve hotelski gosti smatraju važnim prilikom procjenjivanja kvalitete hotelskih usluga, te kakva su njihova očekivanja; i drugo, hotelski menadžeri nemaju pouzdane i valjane instrumente za mjerenje očekivanja i percepcije hotelskih gostiju, u pogledu kvaliteta usluge.

Analizirajući problematiku kvaliteta usluge u svijetu, te postojećih instrumenata za mjerenje kvaliteta usluge, može se ustanoviti da je dominantan instrument mjerenja kvaliteta usluge u svijetu instrument SERVQUAL. Autori instrumenta – Parasuraman, Zeithaml i Berry, tvrde da je SERVQUAL statistički pouzdan i valjan instrument za mjerenje kvaliteta usluge, te da je primjenjiv u širokom spektru uslužnog konteksta (7a,b). Doista, Buttle navodi da je SERVQUAL primijenjen u gotovo svim

aspektima usluge, poput turizma, visokog obrazovanja, računovodstvenih firmi, bolnica, bankarski sektor, lokalne vlade, itd.. (3)

Uzimajući u obzir sve veći značaj hotelske usluge na području SBK, odnosno BiH u cjelini, te nedostatak adekvatnih načina mjerenja kvaliteta usluge, čini se itekako zanimljivim staviti u korelaciju karakteristike hotelske usluge i koncept instrumenta SERVQUAL, te eventualno iznaći pogodnu metodologiju za evaluaciju kvaliteta hotelske usluge čime bi se, u konačnici, omogućilo kontinuirano poboljšavanje ukupne turističke ponude.

2. KONCEPT INSTRUMENTA SERVQUAL

SERVQUAL je robustan i pouzdan instrument mjerenja kvaliteta usluge, čija je suština u pronalaženju razlike ili tzv. jaza (eng. gap) između kupčevih očekivanja i njegove percepcije aktuelne usluge. Od kada je 1985. godine SERVQUAL prvi put publiciran (7a,b), njegovi tvorci Parasuraman, Zeithaml i Berry, radili su na njegovom daljnjem razvoju i promovirali tehnologiju kroz seriju publikacija. Model na kojem je razvijen SERVQUAL prikazan je na Slici 1, gdje se uočava pet gap-ova: Gap1: očekivanja kupaca - percepcija menadžmenta, Gap2: specifikacija kvaliteta usluge, odnosno "dizajn" usluge, Gap3: pružanje usluge, Gap4: eksterna komunikacija i Gap5: razlika očekivane usluge i percepcije aktuelne usluge, kao funkcija Gap-ova 1 - 4.

Gap5 = f(Gap1, Gap2, Gap3, Gap4)

Kvalitet usluge prezentiran je kao multi-dimenzionalna konstrukcija, identificiran kroz pet komponenti (dimenzija):

1. Reliability (pouzdanost),
2. Assurance (povjerenje),
3. Tangibles (opipljivost),
4. Empathy (susretljivost) i
5. Responsiveness (poistovječivanje).

Prema šemi, instrument ima 22 elementa (čestice), raspoređenih u tzv. RATER skali po šemi

Dimenzija	Definicija	Čestica
Pouzdanost	Sposobnost realizovanja obećane usluge odgovorno i tačno	4
Povjerenje	Znanje i ljubaznost uposlenika i njihova sposobnost da pruže vjeru i povjerenje	5
Opipljivost	Prikaz fizičkih postrojenja, opreme, kadra i komunikacijskog materijala	4
Susretljivost	Obezbjedenje brige, individualne pažnje kupcima	5
Poistovječivanje	Spremnost pomoći kupcima i obezbjedenje brze usluge	4

Tablica 1: Dimenzije kvaliteta usluge, definicije i broj elemenata SERVQUAL-a

4+5+4+5+4, pri čemu svaki element ima dva "istovjetna" pitanja:

1. šta izvrsna usluga treba da pruži i
2. šta pruža aktuelna usluga.

SERVQUAL instrument se administrira dva puta u različitim formama, pri čemu se odgovori

$$SQ = P - E$$

gdje je:

SQ - kvalitet usluge

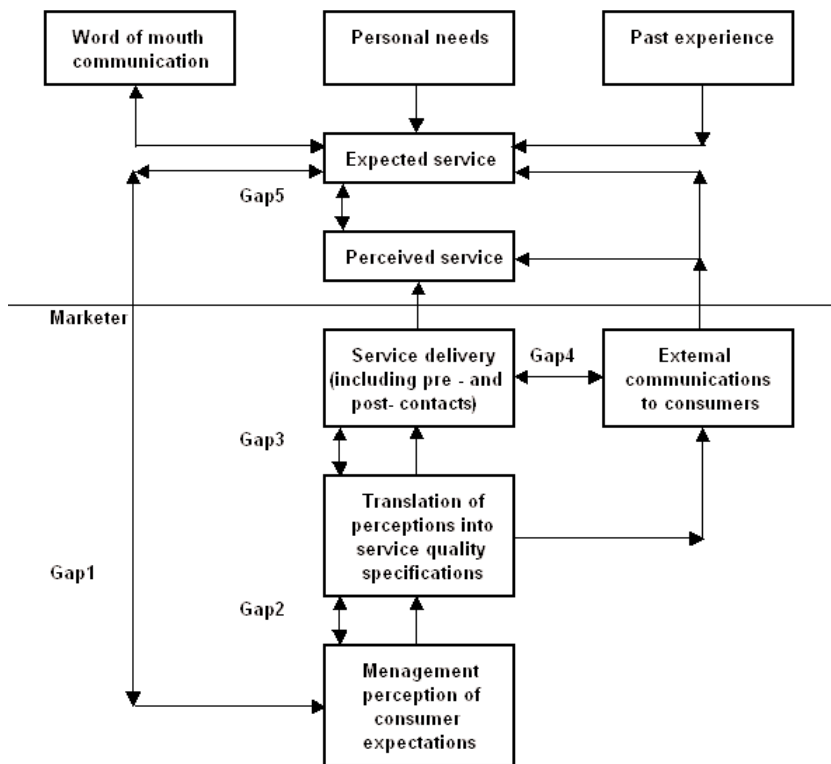
P - percepcija kupca mjereno sa 22 čestice i

E - očekivanje kupca mjereno sa 22 čestice.

Ovim konceptom, odnosno razlikom percepcije i očekivanja, instrument SERVQUAL se približava instrumentu za mjerenja zadovoljstva kupca. Naime, zadovoljstvo kupca se definiše kao veza između očekivanja i percepcije (rezultata); ukoliko su ocjene percepcije sukladne sa ocjenama očekivanja, kupac je uglavnom zadovoljan; ukoliko statistički utvrđena razlika između percepcije i očekivanja prelazi očekivanja, kupac je veoma zadovoljan, a ako je statistički utvrđena razlika očekivanja veća od percepcije, kupac je nezadovoljan (2).

SERVQUAL prati složena analiza podataka, koja se provodi primjenom statističkih metoda kao što je ANOVA, T-test, faktorna analiza i analiza pouzdanosti i valjanosti, korištenjem specijalističkih statističkih softvera, poput SPSS-a.

Pouzdanost SERVQUAL-a, kao najvažnija karakteristika svakog naučnog instrumenta, dokazuje se izračunavanjem Cronbach-ovog alpha koeficijenta.



Slika 1. GAP koncept instrumenta SERVQUAL

respondenata bilježe na tzv. Likert skali: prvi put, mjere se očekivanja i drugi put, mjeri se percepcija kupca, nakon čega se izračunava gap (jaz, razlika) između percepcije i očekivanja kao mjera kvaliteta usluge.

Konačno, kvalitet usluge definiraju kao "jednostavnu" relaciju:

3. APLICIRANJE INSTRUMENTA

Prema autorima instrumenta, Parasuraman i dr. (7a,7b), SERVQUAL je univerzalni instrument koji ima najveću vrijednost za praćenje trenda kvaliteta usluge te posebno kada se koristi u sprezi sa ostalim metodima za praćenje kvaliteta

usluge: «Puno će se spoznati o usluzi kada se nad kupcima - ali i uposlenicima, provede istraživanje instrumentom SERVQUAL, dva ili tri puta godišnje, te uz to, prikupljaju i analiziraju žalbe i primjedbe kupaca». Pri tome, autori naglašavaju da primjena u specifičnim oblastima usluge zahtijeva redefiniranje pojedinih izraza (reword) izvornih elemenata, a kako bi se umanjila mogućnost utjecaja na pouzdanost metode, promjene izraza trebaju biti što manje. Npr. originalno pitanje E12 glasi: "Their employees do not always have to be willing to help customers (Njihovi uposlenici nisu uvijek voljni pomoći kupcima)". Revidirano pitanje E12, kada se, npr., primjenjuje u mjerenju kvaliteta hotelske usluge moglo bi glasiti: "Hotels employees do not always have to be willing to help customers (Hotelski uposlenici nisu uvijek voljni pomoći kupcima)" (2,8).

SERVQUAL je, kako navodi Robinson, bez sumnje, najprimjenjiviji instrument za mjerenje kvaliteta usluge (18), za kojeg Asubonteng tvrdi da će «...biti dominantan instrument za mjerenje kvaliteta usluge sve dok se ne pojavi bolji, ali jednako jednostavan instrument» (10). Ghobadian ističe da je SERVQUAL dijagnostički alat, koji, pravilno upotrijebljen, omogućava menadžmentu identificiranje sistematskih propusta kvaliteta usluge (9). Potencijalne mogućnosti njegove primjene SERVQUAL-a analizira i Wisniewski (5),

a) element po element (npr. P1-E1, P2-E2), b) dimenzija po dimenziju (npr. (P1+P2+P3+P4)/4 – (E1+E2+E3+E4)/4) i c) izračun jedinstvene mjere kvaliteta usluge ((P1+P2+P3+...P22)/22) - ((E1+E2+E3+...E22)/22)) - tzv. SERVQUAL gap.

Postojećim modalitetima apliciranja instrumenta SERVQUAL-a može se dodati i mogućnost zasebne primjene skale očekivanja i skale percepcije, iako tada više ne možemo govoriti o instrumentu SERVQUAL, već o praktičnim menadžerskim alatima za identificiranje nivoa usluge.

3.1. Apliciranje instrumenta u hotelskoj usluzi

Uspješna primjena instrumenta SERVQUAL u hotelskoj industriji susreće se kroz brojne radove više istraživača u svijetu, poput Nadiri&Hashif, Bojanic&Rosen, Akan, Juwaheer, Gabbie&O'Neill (12-16) i dr.; u ovom radu, izdvaja se nekoliko markantnijih istraživanja.

Tako, Bigne i dr. daju decidnu potvrdu statističke pouzdanosti SERVQUAL-a u sektoru turizma, kroz vrijednosti Cronbach-ovog koeficijenta (4). Tablica pouzdanosti dimenzija instrumenta, koji su dobili nakon svojih istraživanja, u skraćenoj verziji, data je u Tablici 2:

Snažnu znanstvenu podršku primjene SERVQUAL-a u hotelskoj usluzi nudi Marković, čija doktorska disertacija dokazuje pouzdanost i

Dimenzija	Opipljivost	Pouzdanost	Poistovječivanje	Povjerenje	Susretljivost
Očekivanje	0,86	0,89	0,91	0,91	0,71
Percepcija	0,84	0,92	0,91	0,91	0,88
P-E	0,78	0,86	0,84	0,84	0,85

Tablica 2: Pouzdanost dimenzija kroz Cronbach vrijednosti

koji predlaže nekoliko modaliteta ovog instrumenta. Ključni modaliteti aplikacije SERVQUAL-a, prema Wisniewski, su: a) razumijevanje aktuelnog kvaliteta usluge, b) izračunavanje težinskog udjela pojedine dimenzije usluge, c) kompariranje različitih dijelova usluge, d) razumijevanje internih kupaca i e) realizacija usluge kroz vrijeme.

Prema Buttneu (3) apliciranje instrumenta moguće je sa varijacijama analiza u više formi:

valjanost instrumenta SERVQUAL u segmentu hotelskog turizma: "Sukladno svrsi i cilju istraživanja postavljena je znanstvena hipoteza: znanstveno utemeljenim metodama i instrumentima za mjerenje kvaliteta usluga, hotelski menadžeri mogu efikasno utjecati na poboljšanje kvalitete hotelskih usluga i zadovoljstvo hotelskih gostiju, kao i na poboljšanje ekonomskih performansi hotelskog poslovanja. Hipoteza je

¹ Inače, zasebne skale očekivanja i percepcije predmetom su istraživanja pojedinih autora, te je, recimo, na skali percepcije nastao novi instrument SERVPERF [19].

dokazana, a za njeno dokazivanje korištene su metode univarijante, bivarijante i multivarijante (faktorska analiza i analiza pouzdanosti) statističke analize.

Ipak, najilustrativniji primjer uspješne primjene instrumenta je projekat Fakulteta za turizam iz Opatije (17), čiji je znanstveni tim konstruirao empirijski model za mjerenje kvaliteta usluge hotelske industrije, sa sljedećim ciljevima: a) evaluirati očekivanja i percepciju hotelskih gostiju na studijskom uzorku, b) izračunati SERVQUAL gap, c) testirati pouzdanost SERVQUAL instrumenta u hotelskoj industriji i d) utvrditi dimenzije kvaliteta hotelske usluge primenom faktorske analize. "Model je primijenjen na 16 hotela Opatijske rivijere (Opatija, Lovran i Mošćenička Draga) u sezoni 2001/2002., nakon čega su izveli slijedeće zaključke: "...The results of the quantitative application of SERVQUAL instrument show that this model can provide managers with useful information for the assessment of expectations and perception of hotel guests, with the aim of learning about gaps in individual service quality dimensions. Need for the application of SERVQUAL model in hotel industry is confirmed by the fact that, in the observed sample, hotel managers do not know the expectations of their guests because the dimensions of service quality they consider most important, do not match those that are most important for the clients, which is confirmed by the total SERVQUAL gap. To sum up, this article tend to clarify the SERVQUAL model as not only provider to the managers with a clear picture of the quality of the provided service, but also helping in discovering the needs, wishes and expectations of the guests. The same is analyzed by determining the characteristics of service quality that are most important for guests. We can say that it helps managers in setting the standards for the provision of services in the hospitality industry".

4. ZAKLJUČAK

Svjedoci smo da u cijeloj BiH ubrzano raste interes za turizam kao perspektivnu privrednu granu, te su itetako potrebni kvalitetni načini unaprijeđenja svih vidova turističke ponude, gdje hotelska usluga zauzima posebno mjesto. Unatoč tome, hotelska usluga nema specifičan instrument

mjerenja kvaliteta usluge te se hotelski menadžeri suočavaju sa problemima utvrđivanja percepcije kvaliteta od strane njihovih konzumenata, čime je otežano i pravilno evaluiranje njihova zadovoljstva. Stoga je analiza instrumenta SERVQUAL itekako korisna, kako bi se ponudio instrument za utvrđivanje nivoa kvaliteta hotelske usluge primjenjiv, uz nužne prilagodbe, u našim uvjetima.

Korelirajući prirodu hotelske usluge i karakteristike instrumenta, proizilazi više tvrdnji koje opravdaju primjenu SERVQUAL-a (ili njegovih varijacija) u hotelskoj usluzi:

- cjelovita primjena instrumenta je relativno jednostavna, uz primjenu statističkog softvera poput SPSS-a,
- očigledan statistički pokazatelj kvaliteta usluge iskazan kroz razliku (gap) percepcije i očekivanja kupaca menadžerima omogućava dvostruki manevar ka korigiranju usluge:
 - a) na mjestima gdje se ne ispunjavaju očekivanja i
 - b) na mjestima gdje se očekivanja nadmašuju i gdje se «nepotrebno» ulažu dodatni naponi na kvaliteti,
- primjena instrumenta za kontinuirano praćenje usluge kroz vrijeme, iz sezone u sezonu, kako bi se na pravilan način usluga prilagođavala eventualnim promjenama u očekivanjima i percepciji kupaca, što je u segmentu hotelskog turizma itekako izraženo,
- segmentacija gostiju i adekvatno prilagođavanje usluge.

Sumirajući navedeno, može se konstatirati da je SERVQUAL dokazan instrument za evaluaciju kvaliteta hotelske usluge i potencijalno praktičan znanstveni alat za unaprijeđenje turizma u našoj zemlji. Pored toga, hotelska usluga generirana je aktivnim procesom, što takođe opravdava primjenu SERVQUAL-a, kao instrumenta primarno orijentiranog ka procesu.

Na kraju, treba naglasiti da je SERVQUAL instrument koji je pobudio ogromno interesovanje istraživača u svijetu, gdje je, na jednoj strani, poslužio kao osnova konstruiranju novih instrumenata i za mjerenje kvaliteta hotelske usluge (LODGSERV, HOLSAT (6)), dok je na drugoj strani neprestano izložen i kritikama, u kojima se osporava utvrđena dimenzionalnost i diskonfirmativna paradigma.

LITERATURA

1. Kulašin Dž., Klarić S. (2006): Service quality measurement: The area of (dis)agreement, 10th International Research/Expert Conference TMT 2006 - "Trends in the development of Machinery and Associated Technology", Barselona-Lloret de Mar, Spain.
2. Marković S. (2003), Mjerenje kvaliteta u usluga u hotelskoj industriji - atributivni pristup, doktorska disertacija, Opatija, Hrvatska.
3. Buttle F. (1996): SERVQUAL: review, critique, research agenda, European journal of marketing, Vo. 30, No. 1, pp. 8-32.
4. Bigne J.E., C. Martinez, M.J. Miguel, L. Andrué (2003): SERVQUAL reliability and validity in travel agencies, Annals of tourism Research, Vol. 30, No.1, pp. 258-262.
5. Wisniewski M. (2001): Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services, Managing service quality, Vol. 11, No. 6, pp. 380-388.
6. Armstrong R.W., Connie M., Go F.M. (1997): The importance of cross-cultural expectations in the measurement of service quality perceptions in the hotel industry, Hospitality management, Vol. 16, No.2, pp. 181-190.
- (7a) Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L. L. (1985): A conceptual model of service quality and its implications for future research, Journal of marketing, Vol. 49, Fall 1985., pp. 41-50.
- (7b) Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. (1988): SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality, Journal of retailing, Vol. 64, No. 1, pp. 12-40.
8. Marković S., Horvat J. (2002): Higher education quality measurement: A case study in the application of Servqual , kongres "Human Capital, Culture and Quality in Tourism and Hospitality Industry", Opatija, 23.-26. oktobar 2002., pp. 141-161
9. Ghobadian A. (1994): Service quality: concepts and models, International journal of quality and reliability management, Vol. 11, No. 9, pp. 43-66.
10. Asunbonteng P., McCleary K.J., Swan J.E. (1996): SERVQUAL revisited: a critical review of service quality, The journal of services marketing, Vol. 10, No. 6, pp. 62-81.
11. Tribe J., Snaith T. (1988): From SERVQUAL to HOLSAT: holiday satisfaction in Varadero, Cuba, Tourism Management, Vol. 19, No. 1, pp. 25-34.
12. Bojanic D.C, Rosen D.L (1994): Measuring service quality in restaurants: An application of SERVQUAL instrument, Hospitality Research Journal 18(1), 3-14.
13. Nadiri H., Kashif H. (2005): Perceptions of service quality in North Cyprus hotels, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume 17 Number 6, pp. 469-480
14. Akan P. (1995): Dimensions of service quality: a study in Istanbul, Managing Service Quality Volume 5 Number 6, pp. 39-43
15. Juwaheer T.D. (2004): Exploring international tourists' perceptions of hotel operations by using a modified SERVQUAL approach – a case study of Mauritius, Managing Service Quality, Volume 14 Number 5, pp. 350-364
16. Gabbie O., O'Neill M.A. (1996): SERVQUAL and the Northern Ireland hotel sector: a comparative analysis - part 1, Managing Service Quality, Volume 6 Number 6, pp. 25-32
17. Gržinić J. (2007): Concepts of service quality measurement in the hotel industry, Ekonomska misao i praksa, god XVI, broj 1, pp. 81-98.
18. Robinson S. (1999): Measuring service quality: current thinking and future requirements, Marketing intelligence&planning, 17/1, pp. 21-32.
19. Cronin J.J., Taylor S.A. (1994): SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality, Journal of retailing, vol. 58, pp. 125-131.