

Short communication

APPLICATION OF SERVQUAL QUESTIONNAIRE IN THE MEASUREMENT OF QUALITY OF HOTEL SERVICES

SERVQUAL and hotel services

BOLESŁAW GORANCZEWSKI¹, DANIEL PUCIATO²

¹ *Wroclaw School of Banking, Faculty of Economy in Opole*

² *The Opole University of Technology, Faculty of Physical Education and Physiotherapy,
Institute of Tourism and Recreation*

Mailing address: Daniel Puciato, The Opole University of Technology, Faculty of Physical Education and Physiotherapy, 76 Prószkowska Street, 45-758 Opole, tel.: +48 77 4000443, fax: +48 77 4000440, e-mail: d.puciato@po.opole.pl

Abstract

Introduction. Measuring the quality of hotel services is an important tool for assessing the degree of compliance with the requirements of the consumer. For a hotel to continuously perfect its services, a pattern is necessary to which one can compare them. Such a pattern may be the SERVQUAL questionnaire. The aim of this study was to evaluate the quality of hotel services using SERVQUAL questionnaire. **Material and methods.** The survey was performed between November and December 2009, in one of the hotels located in Opolskie Voivodeship, on a sample of 20 guests. **Results.** The incompliance of properties and features of the hotel to test consumers' expectations were shown. Calculated negative indicators adopted negative values for each of the dimensions of quality of service provided. Least evaluated were the reliability, responsiveness and tangibility. The least number of guests was dissatisfied with the quality attributes of services such as empathy and assurance. **Conclusions.** According to the idea of excellence models used in Total Quality Management (TQM) in the tested hotel improving operations should be implemented, and SERVQUAL questionnaire used in survey work may serve as a useful tool for assessing the quality of hotel services.

Key words: quality, hotel services, SERVQUAL

Introduction

Measuring the quality of hotel services is an important tool for assessing the degree of compliance with the consumer requirements. Multitude of entities in the market offering such services, rising consumer demand associated with the development of civilization and culture and wide availability of deals mean that rival hotel companies are trying to make lasting relationships with already attracted buyers. Currently, it is not enough to care for the high standard of service but their continuous improvement is also required [1, 2, 3]. To continually improve, the standard is needed that allows for comparison with it in order to assess the extent to which the excellence objective is achieved. Such a model is SERVQUAL questionnaire assuming the highest attainable standard of the service (*absolute performance standard*). To this standard all subjective

feelings (experience) of the consumer are compared. It is a direct reference to the philosophy of TQM, which consists of a continuous comparison to perfect organization, through models of excellence such as: ISO 9004:2000, EFQM, PNJ, CAF and others [4, 5].

The aim of this study was to evaluate the quality of hotel services provided in one of the hotels located in Opolskie Voivodeship, using the SERVQUAL questionnaire.

Material and methods

The study was conducted from November to December 2009 on a sample of 20 hotel guests. The method used was diagnostic survey and research tool was a questionnaire, consisting of the expectations and perceptions sections. In each section there were 22 statements on the five substantive areas of services: tangibility, reliability, respon-

siveness, reliability and affordability of services – empathy (Tab. 1). The task of the respondents was to respond to the assertions by assigning to each of them one of the seven digits, where 1 – mean the total absence of consent, and 7 – total agreement. Respondents identified in this way the level of their expectations for the hotel’s perfect service and excellent facility and based on the same criteria evaluated the service actually rendered. Subjects systematically organized five dimensions of quality according to the degree of validity, distributing 100 points between them. With these operations data set was obtained, which was used to determine the degree of meeting the guests’ expectations by the service received. This degree is the average of the aggregate gap between perception and expectation, calculated for each interviewed (unweight SERVQUAL results), adjusted thereafter by the weight given to the various dimensions of quality (SERVQUAL weighted results).

Results and conclusions

The studies indicated incompatibility between the properties and characteristics of the rated hotel to consumer expectations. Calculated indicators adopted the negative values for each dimension of quality of service provided. Least evaluated were the reliability, responsiveness and tangibility. The smallest was the number of customers dissatisfied with the quality attributes of services such as empathy and certainty (Fig. 1). According to the idea of excellence models used in TQM, or an absolute standard of service, in the rated hotel there should be perfecting operations introduced. SERVQUAL questionnaire presented in the paper may serve as useful tool in the daily work of hotels that want to earn and keep customers through continuous improvement of its operations.

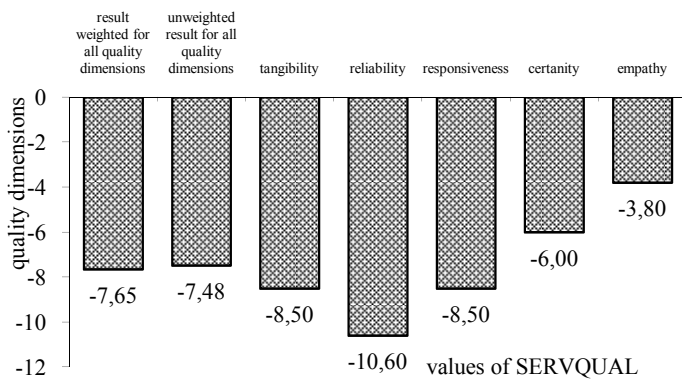


Figure 1. Values of SERVQUAL indicators for services in the surveyed hotel

Table 1. Pattern of the quality of hotel services assessment (SERVQUAL)

| Quality dimensions | Detailed criteria in individual quality dimensions |
|--------------------|--|
| Tangibility | 1. Excellent hotel companies will have modern looking equipment. 2. The physical facilities at excellent hotel will be visually appealing. 3. Employees at excellent hotel will be neat in their appearance. 4. Materials associated with the service (pamphlets or statements) will be visually appealing at an excellent hotel. |
| Reliability | 5. When excellent hotel promise to do something by a certain time, they do. 6. When a customer has a problem, excellent hotel will show a sincere interest in solving it. 7. Excellent hotel will perform the service right the first time. 8. Excellent hotel will provide the service at the time they promise to do so. 9. Excellent hotel will insist on error free records. |
| Responsive-ness | 10. Employees of excellent hotel will tell customers exactly when services will be performed. 11. Employees of excellent hotel will give prompt service to customers. 12. Employees of excellent hotel will always be willing to help customers. 13. Employees of excellent hotel will never be too busy to respond to customers’ requests. |
| Assurance | 14. The behaviour of employees in excellent hotel will instill confidence in customers. 15. Customers of excellent hotel will feel safe. 16. Employees of excellent hotel will be consistently courteous with customers. 17. Employees of excellent hotel will have the knowledge to answer customers’ questions. |
| Empathy | 18. Excellent hotel will give customers individual attention. 19. Excellent hotel will be opened to customers 24hrs. 20. Excellent hotel will have employees who give customers personal service. 21. Excellent hotel will have their customers’ best interest at heart. 22. The employees of excellent hotel will understand the specific needs of their customers. |

Literature

1. Borkowski, S. & Wszendybył E. (2007). *Quality and efficiency of hotel services*. Warszawa: PWN. [in Polish]
2. Goranczewski, B. (2008). Quality management of hotel services based on the requirements of ISO 9001:2000. In VI International Scientific Conference “Problems of recr-

- eational and health activation of the population", 23-25 May 2008 (pp. 45-53). Lwów, Ukraina. [in Polish]
3. Puciato, D. & Goranczewski B. (2009). Selected methods of impact on service quality in hospitality businesses. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Ekonomiczne Problemy Usług* 44, 131-139. [in Polish]
 4. Karaszewski, R. (2006). *Modern Concepts of Quality Management*. Toruń: TNOiK. [in Polish]
 5. Karaszewski, R. (2001). SERVQUAL – method of testing the quality of services. *Problemy Jakości* 5, 8-10. [in Polish]

Submitted: August 13, 2010

Accepted: September 23, 2010

ZASTOSOWANIE ANKIETY SERVQUAL W POMIARZE JAKOŚCI USŁUG HOTELOWYCH

SERVQUAL a usługi hotelowe

BOLESŁAW GORANCZEWSKI¹, DANIEL PUCIATO²

¹ Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu, Wydział Ekonomiczny w Opolu

² Politechnika Opolska, Wydział Wychowania Fizycznego i Fizjoterapii,
Instytut Turystyki i Rekreacji

Adres do korespondencji: Daniel Puciato, Politechnika Opolska, Wydział Wychowania Fizycznego i Fizjoterapii,
ul. Prószkowska 76, 45-758 Opole, tel.: 077 4000443, fax: 077 4000440, e-mail: d.puciato@po.opole.pl

Streszczenie

Wprowadzenie. Pomiar jakości w usługach hotelowych stanowi ważne narzędzie służące ocenie stopnia spełnienia wymagań konsumenta. Aby przedsiębiorstwo hotelowe mogło nieustannie się doskonalić niezbędny jest jednak wzorzec, do którego będzie można je porównać. Takim wzorcem jest ankieta SERVQUAL. Celem przeprowadzonych badań była ocena jakości usług hotelowych z wykorzystaniem ankiety SERVQUAL. **Materiał i metody.** Badania przeprowadzono w okresie od listopada do grudnia 2009 roku w jednym z hoteli, zlokalizowanych na obszarze województwa opolskiego, na próbie 20 gości. **Wyniki.** Wykazano niedostosowanie właściwości i cech badanego hotelu do oczekiwań konsumentów. Obliczone wskaźniki przyjęły wartości ujemne w odniesieniu do każdego z wymiarów jakości usługi hotelowej. Najslabiej oceniono rzetelność, reagowanie i namacalność. Najmniej niezadowolonych gości było natomiast z takich jakościowych atrybutów usług jak: empatia i pewność. **Wnioski.** Zgodnie z ideą modeli doskonałości stosowanych w Total Quality Management (TQM) w badanym hotelu należy wprowadzić działania doskonalące, natomiast zastosowana w pracy ankieta SERVQUAL, stanowić może użyteczne narzędzie oceny jakości świadczonych usług hotelowych.

Słowa kluczowe: jakość, usługi hotelowe, SERVQUAL

Wstęp

Pomiar jakości w usługach hotelowych stanowi ważne narzędzie służące ocenie stopnia spełnienia wymagań konsumenta. Mnogość podmiotów na rynku oferujących tego rodzaju usługi, coraz wyższe wymagania konsumenta związane z rozwojem cywilizacyjnym i kulturowym oraz powszechna dostępność ofert powodują, że rywalizujące przedsiębiorstwa hotelowe próbują doprowadzić do trwałych związków z wcześniej pozyskanymi nabywcami. Obecnie nie wystarczy bowiem dbałość o wysoki standard świadczonych usług lecz konieczne jest również ich ciągłe doskonalenie [1, 2, 3]. Aby nieustannie się doskonalić niezbędny jest wzorzec, który pozwala przyrównywać się do niego w celu dokonywania oceny stopnia realizacji celu jakim jest osiągnięcie doskonałości. Takim wzorcem jest ankieta SERVQUAL zakładająca najwyższy możliwy do osiągnięcia standard realizacji usługi (*absolute performance stan-*

dard). Do tego standardu przyrównuje się wszystkie subiektywne odczucia (doświadczenia) konsumenta. Jest to bezpośrednie nawiązanie do filozofii TQM, która polega na ciągłym przyrównywaniu się do organizacji idealnej, poprzez modele doskonałości typu: ISO 9004:2000, EFQM, PNJ, CAF i inne [4, 5].

Celem pracy była ocena jakości usług hotelowych, świadczonych w jednym z hoteli zlokalizowanych na obszarze województwa opolskiego, z wykorzystaniem ankiety SERVQUAL.

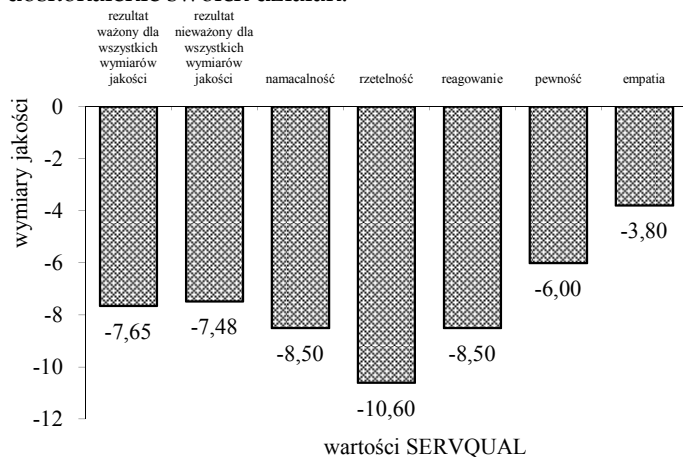
Materiał i metody

Badania przeprowadzono w okresie od listopada do grudnia 2009 roku na próbie 20 gości hotelowych. Zastosowano metodę sondażu diagnostycznego a narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety, złożony z sekcji oczekiwania i sekcji postrzegania. W każdej z sekcji znaj-

dowało się 22 twierdzeń, dotyczących pięciu obszarów materialnej obudowy usług: namacalność, rzetelność, reagowanie, pewność usługi oraz przystępności usługi – empatii (Tab. 1). Zadaniem respondentów było ustosunkowanie się do twierdzeń, poprzez przypisanie każdemu z nich jednej z siedmiu cyfr, gdzie 1 – oznaczało całkowity brak zgody, a 7 – całkowitą zgodę. Respondenci określili w ten sposób poziom swoich oczekiwań wobec idealnej usługi hotelowej i doskonałego obiektu oraz w oparciu o te same kryteria ocenili usługę rzeczywiście wyświadczoną. Badani uporządkowali także pięć wyróżnionych wymiarów jakości według stopnia ważności rozdzielać między nimi 100 punktów. Dzięki tym zabiegom uzyskano zbiór danych, które posłużyły ustaleniu stopnia spełnienia oczekiwań gości przez otrzymane świadczenia. Stopień ten to średnia ze zagregowanych różnic między percepcją a oczekiwaniami, obliczonych dla każdego ankietowanego (nieważony rezultat SERVQUAL), skorygowana następnie o wagi nadane poszczególnym wymiarom jakości (ważony rezultat SERVQUAL).

Wyniki i wnioski

Przeprowadzone badania wskazały na niedostosowanie właściwości i cech ocenianego hotelu do oczekiwań konsumentów. Obliczone wskaźniki przyjęły bowiem wartości ujemne w odniesieniu do każdego z wymiarów jakości usługi hotelowej. Najslabiej oceniono rzetelność, reagowanie i namacalność. Najmniej niezadowolonych gości było natomiast z takich jakościowych atrybutów usług jak: empatia i pewność (Ryc. 1). Zgodnie z ideą modeli doskonałości stosowanych w TQM, czy absolutnego standardu wykonania usługi, w ocenianym hotelu winny być zatem wprowadzone działania doskonalące. Przedstawiona w pracy ankieta SERVQUAL stanowić może natomiast użyteczne narzędzie w codziennej pracy zakładów hotelarskich chcących zdobywać i utrzymywać klienta poprzez ciągłe doskonalenie swoich działań.



Rycina 1. Wartości wskaźników SERVQUAL dla usług w badanym hotelu

Tabela 1. Wzorzec oceny jakości usługi hotelowej (SERVQUAL)

| Wymiary jakości | Kryteria szczegółowe w poszczególnych wymiarach jakości |
|-----------------|---|
| Namacalność | <ol style="list-style-type: none"> 1. Doskonały hotel jest wyposażony w doskonały sprzęt. 2. Wyposażenie doskonałego hotelu jest atrakcyjne wizualnie. 3. Personel doskonałego hotelu powinien być gustownie ubrany. 4. W doskonałym hotelu materiały promocyjne i gadżety są estetyczne. |
| Rzetelność | <ol style="list-style-type: none"> 5. Doskonały hotel wywiązuje się z obiecannej usługi w określonym czasie. 6. Kiedy gość potrzebuje pomocy, personel doskonałego hotelu reaguje szybko i stara się sprostać wymogom stawianym przez klienta. 7. Doskonały hotel dostarcza dobrze wykonanej usługi już za pierwszym razem. 8. Usługa hotelarska w doskonałym hotelu powinna być wykonana bez jakichkolwiek zakłóceń. 9. Doskonały hotel dołoży wszelkich starań by dane były zapisane bezbłędnie. |
| Reagowanie | <ol style="list-style-type: none"> 10. Personel w doskonałym hotelu informuje gości o dokładnym terminie wykonania usługi. 11. Personel w doskonałym hotelu oferuje gościom szybkie wykonanie usługi. 12. Personel w doskonałym hotelu jest zawsze chętny do pomocy gościom. 13. Personel w doskonałym hotelu nigdy nie jest tak zajęty, by nie mógł odpowiedzieć na pytania gości. |
| Pewność | <ol style="list-style-type: none"> 14. Zachowania personelu doskonałego hotelu wzbudza zaufanie gości hotelowych. 15. Goście hotelowi w doskonałym hotelu będą mieli poczucie bezpieczeństwa. 16. Personel w doskonałym hotelu jest nieustannie grzeczny i miły dla gości. 17. Personel w doskonałym hotelu dysponuje wiedzą niezbędną do odpowiedzi na każde pytanie gości. |
| Empatia | <ol style="list-style-type: none"> 18. Doskonały hotel traktuje każdego gościa indywidualnie. 19. Doskonały hotel jest dostępny dla gości całą dobę. 20. Doskonały hotel zatrudnia personel, który traktuje każdego gościa indywidualnie. 21. Doskonały hotel stawia sobie za cel nadrzędny dobro gości. 22. Personel doskonałego hotelu rozumie specyficzne potrzeby swoich gości. |

Piśmiennictwo

1. Borkowski, S. & Wszendybył E. (2007). *Jakość i efektywność usług hotelarskich*. Warszawa: PWN.
2. Goranczewski, B. (2008). Zarządzanie jakością usług hotelarskich w oparciu o wymagania normy ISO 9001:2000. W VI Międzynarodowej Konferencji Naukowej „Problemy aktywizacji rekreacyjno-zdrowotnej ludności”, 23-25 maja 2008, (str. 45-53). Lwów, Ukraina.
3. Puciato, D. & Goranczewski B. (2009). Wybrane metody oddziaływania na jakość usług w przedsiębiorstwach hotelarskich. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Ekonomiczne Problemy Usług* 44, 131-139.
4. Karaszewski, R. (2006). *Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością*. Toruń: TNOiK.
5. Karaszewski, R. (2001). SERVQUAL – metoda badania jakości świadczonych usług. *Problemy Jakości* 5, 8-10.

Otrzymano: 13.08.2010

Przyjęto: 23.09.2010