

## GROŽIO TERAPIJOS PASLAUGŲ SEKTORINIAME PRAKTINIO MOKYMO CENTRE KOKYBĖS VERTINIMAS

Jūratė Jocienė, Nijolė Deksnienė, Alicija Ramanauskaitė

*Šv. Ignaco Lojolos kolegija*

### Anotacija

Straipsnyje analizuojami grožio terapijos paslaugų sektoriniame praktinio mokymo centre kokybės vertinimo praktiniai aspektai, apibūdinama grožio terapijos paslaugos kokybė ir jos kriterijai, pristatomi grožio terapijos paslaugų kokybės tyrimo vartotojų požiūriu rezultatai. Straipsnis parengtas, remiantis mokslinės ir normatyvinės literatūros analize, autorių atlikto kokybės tyrimo rezultatais, kurie grindžiami grožio terapijos paslaugų kokybės vertinimo modeliu.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: kokybė, grožio terapijos paslaugos, vartotojų požiūris, sektorinis praktinio mokymo centras.

### Abstract

The article analyzes the practical aspects of quality evaluation of beauty therapy services quality at the thepractical teaching center and describes the beauty therapy service quality and its criteria of introducing quality test results from perspective of a consumer This article is based on the analysis of scientific and normativeliterature and the results of quality research which are based on the model of beauty therapy service quality evaluation.

KEY WORDS: Quality, Beauty Therapy service, consumer point of view, sectoral practical training center.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15181/tbb.v76i1.1518>

### Įvadas

Vienas pagrindinių iššūkių grožio terapijos paslaugų sektoriui yra paslaugų kokybė, kaip labiausiai vartotojų vertinamas aspektas. Šiuo metu grožio terapijos paslaugų rinka išgyvena pakilimą šios augimo tendencijos yra pastovios<sup>1</sup>. Statistikos departamento duomenimis, grožio paslaugas teikiančių įmonių darbuotojų skaičius ir pajamos Lietuvoje per pastaruosius kelerius metus nuolat augo. Didėjant šių paslaugų pasiūlai, grožio terapijos paslaugų kokybė tampa vienu svarbiausių kriterijų rinkoje. Pasak A. Lopaciuk ir M. Loboda (2013), vis didesnis dėmesys skiriamas grožio terapijos produktų ir teikiamų paslaugų kokybei.

Paslaugų kokybės tyrimai grožio terapijos praktinėje veikloje tampa būtinybe, nes tik kokybiškos paslaugos lemia vartotojų pasitenkinimą. Kokybė formuoja grožio terapijos paslaugų įmonės įvaizdį, daro įtaką vartotojų pasitenkinimui, ska-

<sup>1</sup> *Beauty and Personal Care Products Industry Overview* [interaktyvus]. Prieiga internete: <https://www.business.com/articles/beauty-and-personal-care-products-industry-overview/> [žiūrėta 2016-04-25]; *Beauty & Personal Care Trends* [interaktyvus]. Prieiga internete: <http://www.mintel.com/beauty-and-personal-care-trends/> [žiūrėta 2016-04-25].

tina vartotojų lojalumą, verslo plėtrą, didesnę darbuotojų efektyvumą, kuria geresnę reputaciją (Vitkienė, 2004).

Paslaugų kokybės vertinimas yra sudėtingas procesas, nes paslaugos yra heterogeninės, neatskiriamos ir naudojamos jų teikimo metu (Bagdonienė, Hopenienė, 2005). Būtent dėl šių savybių nustatyti grožio terapijos paslaugų kokybę sudėtinga.

Vartotojų laisvė rinktis ilgą laiką buvo vienintelė paskata siekti grožio terapijos paslaugų teikimo kokybės. Nagrinėjant grožio terapijos paslaugų kokybės temą sudėtinga remtis įprastais kokybės vadybos principais, todėl svarbu atsižvelgti į vartotojų požiūrį. Lietuvoje grožio terapijos paslaugų sektoriaus kokybė pastaraisiais metais tyrinėta, tačiau ši tema toli gražu dar neišsemta. Juolab kad grožio terapijos paslaugų sektorius yra sparčiai besivystantis, nuolat kintantis, jautriai reaguojantis į permainas. Į grožio terapijos paslaugų rinką žengia nauji dalyviai – sektoriniai praktinio mokymo centrai<sup>2</sup>, kurie naudojami kaip studentų praktikos įmonės, todėl grožio terapijos paslaugų kokybės tyrimas šiuose centruose aktualus, siekiant, kad studentų praktika būtų kokybiška.

Tyrimo objektas – grožio terapijos paslaugų kokybė.

Tyrimo problema: iki šiol sektoriniame praktinio mokymo centre grožio terapijos paslaugų kokybė vartotojų požiūriu netirta.

Tyrimo tikslas: įvertinti grožio terapijos paslaugų kokybę pasirinktame sektoriniame praktinio mokymo centre vartotojų požiūriu.

Tyrimo tikslui pasiekti išsikelti šie uždaviniai:

1. Aptarti grožio terapijos paslaugos kokybės sampratą.
2. Apibūdinti grožio terapijos paslaugos kokybės vertinimo kriterijus.
3. Išsiaiškinti, kaip vartotojai vertina grožio terapijos paslaugų kokybę praktinio mokymo centre.

Tyrimo metodika. Teorinis požiūris grindžiamas mokslinės literatūros ir norminių dokumentų analize. Tiriant ir analizuojant grožio terapijos paslaugų kokybės tendencijas taikomi šie tyrimo metodai: mokslinės literatūros šaltiniuose paskelbtų koncepcijų ir išvadų sisteminė bei lyginamoji analizė. Grožio terapijos paslaugų vartotojų pasitenkinimui paslaugų kokybe nustatyti atliktas kiekybinis tyrimas.

## 1. Grožio terapijos paslaugos kokybės samprata

*Grožio terapijos* samprata paaiškinta J. C. Segen (2012) Medicinos žodyne – tai yra grožio terapijos priežiūros priemonių, pvz., veido odos priežiūros, manikiūro,

<sup>2</sup> Sektorinis praktinio mokymo centras – tai modernia praktinio mokymo įranga aprūpinta profesinio mokymo įstaiga arba jos savarankiškas padalinys, susijęs su vienu ar keliais Lietuvos ūkio sektoriais (Sektorinių praktinio mokymo centrų plėtros programa, patvirtinta LR ŠMM 2008 m. gegužės 22 d. įsakymu Nr. ISAK-1463).

pedikiūro, depiliacijos ir kt., taikymas, siekiant pagerinti asmens fizinę išvaizdą. Pasak J. Jocienės (2010), grožio terapijos specialistas gali būti apibūdinamas kaip grožio terapeutas, higieninės ir dekoratyvinės kosmetikos technologas, kuris naudoja įvairias priemones ir būdus, kad pagerintų žmogaus išvaizdą. Grožio terapijos specialistų pagrindinė veiklos forma – paslaugų teikimas.

Paslauga apima kelių veiksmų seką, kur sąveikauja teikėjas ir vartotojas. Šis procesas dar papildomas materialiomis priemonėmis (įranga, medžiagomis). V. Langvinienė, B. Vengrienė (2005), E. Vitkienė (2008) skirtingai apibrėžia *paslaugos* sampratą. Pasak V. Langvinienės ir B. Vengrienės (2005), paslauga yra savitas teikėjo ir gavėjo bendradarbiavimas, tenkinant gavėjo poreikius. Paslaugų paskirtis – tenkinti poreikius, nebūtinai suteikiant apčiuopiamą rezultatą, sukuriant materialų produktą. Paslauga įvardijama kaip žmonių bendradarbiavimo rezultatas. E. Vitkienė (2008) paslaugą apibrėžia kaip neapčiuopiamą veiklą, paprastai pasireiškiančią vartotojui sąveikaujant su paslaugos teikėjais, materialiaisiais ištekliais, prekėmis arba teikimo sistemomis, ji užtikrina, kad vartotojo problema bus išspręsta. Suteiktos paslaugos dalimi tampa ne tik techninis problemos sprendimas, bet ir santykiškai teikiant paslaugą – vartotojas bendrauja su paslaugų teikėjais.

Grožio terapijos paslaugos samprata. Teisės aktuose *grožio terapijos paslaugos* apibrėžimo nepavyko surasti. Grožio paslaugos apibrėžtos ir atsižvelgiant į riziką sveikatai suskirstytos į A ir B kategorijos paslaugas (Higienos norma HN 117:2007, 2007). Darbo autorių nuomone, iš grožio paslaugų sąrašo atskyrus plaukų priežiūros paslaugas, kitas galėtume priskirti *grožio terapijos paslaugoms*. Iš esmės tai veido ir kūno priežiūros paslaugos.

Remiantis E. Vitkienės (2008), V. Langvinienės ir B. Vengrienės (2005) išvadamis, grožio terapijos paslauga turi visas klasikinių paslaugų savybes: ji yra heterogeninė (vienam vartotojui nėra visiškai tokia pati kaip kitam), neapčiuopiama (nemateriali, nekaupiama, negali tapti nuosavybe), atitinka neatskiriamumo kriterijų (teikimas ir vartojimas vyksta tuo pačiu metu), pagrindinis paslaugos vartotojas – suaugęs žmogus, dalyvaujantis paslaugos teikimo procese.

Grožio terapijos paslaugos kokybė. Siekiant grožio terapijos kokybės, reikia įvertinti šios srities specifiškumą. Pritaikius bendruosius paslaugos kokybės reikalavimus, galima teigti, kad grožio terapijos paslaugos kokybė – tai grožio terapijos paslaugos savybių visuma, galinti patenkinti vartotojo poreikius. Išmatuoti grožio terapijos paslaugos kokybę sudėtinga, nes pati paslauga yra kompleksinė.

Mokslininkai skiria techninę ir funkcinę paslaugų kokybes (Vitkienė, 2004; Langvinienė, Vengrienė, 2005; Bagdonienė, Hopenienė, 2009). Pasak E. Vitkienės (2004), paslaugų kokybė suvokiama subjektyviai, nes paslauga teikiama ir vartojama vienu metu. Šiame procese paslaugų vartotojai ir teikėjai sąveikauja, tai lemia vartotojo paslaugos kokybės suvokimą. Grožio terapijos paslaugos techni-

nė kokybė gali būti apibrėžiama kaip atitikimas iš anksto nustatytiems parametrams, kurie pateikiami paslaugos aprašymuose, technologiniuose reikalavimuose ar standartuose. Bet koks nukrypimas nuo standarto traktuojamas kaip neatitiktis. Techninė grožio terapijos paslaugos kokybė vertinama objektyviai, paslaugos charakteristikos turi atitikti standartus, o pati paslauga turi būti veiksmingai teikiama priimtinomis kainomis. Tuo tarpu funkcinė kokybė įgauna neapčiuopiamumo pobūdį: ji apima tokias paslaugos teikimo proceso charakteristikas kaip darbuotojų kompetencija, požiūris, elgesys, darbo kultūra. Funkcinė kokybė negali būti objektyviai įvertinta. Funkcinė grožio terapijos paslaugos kokybė apima tokias proceso charakteristikas kaip aptarnavimo lygis, vertybinės nuostatos, darbuotojų požiūris, jų kompetencija, komunikacinė elgsena.

Kokybė vartotojo požiūriu sunkiai nustatoma dėl skirtingų vartotojų skonio ir poreikių. Tačiau tik vartotojas yra tikrasis kokybės vertintojas, todėl vertinant grožio terapijos paslaugas reikėtų vadovautis jo požiūriu. Vartotojų požiūriu, grožio terapijos paslaugų teikimo kokybės svarbiausias veiksnys yra specialistai – grožio terapeutai, nes jie tampa galutiniais paslaugų išskirtinumo reguliuotojais. Pasak J. Jocienės ir bendraautorų (2014), didžiausią įtaką paslaugos kokybei daro darbuotojų profesionalumas, įgūdžiai, kompetencija, gebėjimas sudaryti gerą įspūdį, požiūris ir elgesys. Įtakos turi ir materialieji išteklių: patalpos, darbo priemonės ir įranga, medžiagos, komunikacijos priemonės (interneto ryšys, el. paštas, telefonas ir kt.). Prie šių išteklių priskiriami ir finansiniai išteklių.

Grožio terapijos paslaugas teikiančių įmonių uždavinys – ne tik plėtoti ir tobulinti paslaugų žmogiškuosius ir materialiuosius išteklius, bet ir teikti saugias sveikatai paslaugas. Grožio terapijos paslaugų saugumas – svarbi kokybės dimensija. Grožio terapijos paslaugas teikiančių įmonių paslaugų reikalavimus numato Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro įsakymu patvirtintos Lietuvos higienos normos HN 117:2007 „Grožio paslaugų sveikatos saugos reikalavimai“ (2007).

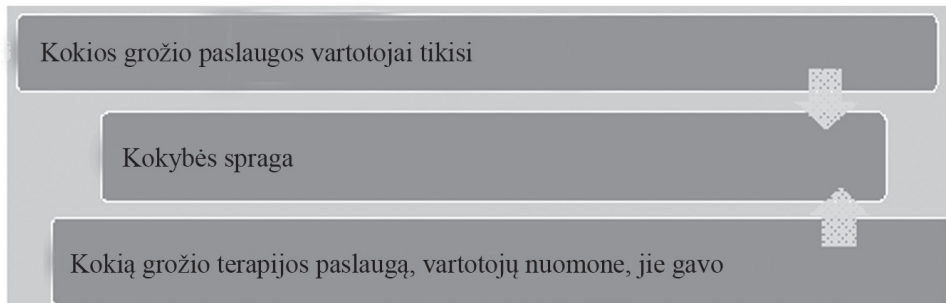
Vartotojų vaidmuo. Grožio terapijos paslaugų kokybė negali būti atskirta nuo vartotojų pasitenkinimo. Kokybiškos paslaugos – tai paslaugos, kurios ne tik atitinka standartus, nustatytus kriterijus, bet pirmiausiai yra priimtinos vartotojams, atitinka jų reikalavimus. Būtent vartotojas yra pagrindinis kokybės arbitras (Langvinienė, Vengrienė, 2005, p. 74). Todėl grožio terapijos paslaugų kokybė gali būti išreiškiama pasitenkinimu, kurį iš tos paslaugos gauna vartotojas. Kuo labiau vartotojas patenkintas, tuo geresnė paslaugos kokybė. Laikoma, kad grožio terapijos paslauga suteikta kokybiškai, jei darbo rezultatais ar paslauga vartotojas yra patenkintas. Jei suteikta grožio terapijos paslauga gerokai viršija vartotojų lūkesčius, galima teigti, kad ji – išskirtinės kokybės.

Tyrimai, apklausos, socialinių tinklų surinkta informacija, lojalumo kortelės ir kiti šaltiniai leidžia grožio terapijos paslaugų industrijai pažinti savo vartotojus. Populiariausias būdas – pasitenkinimo apklausos, periodiškai vykdomos tam tikrais laiko tarpais ir leidžiančios pastebėti pokyčius. Vartotojų pasitenkinimu galima paaiškinti grožio terapijos įmonių sėkmę – pelnas auga kasmet, rinka plečiasi, vartojimo tempai didėja (Global Beauty Care Products Industry, 2012).

Kokybės vertinimas. Mokslinėje literatūroje (Bagdonienė, Hopenienė, 2004; Vitkienė, 2004; Langvinienė, Vengrienė, 2005; Palaima, 2005) pateikiama nemažai skirtingų paslaugų kokybės vertinimo modelių.

P. Parasuraman, V. A. Zeithaml ir L. L. Berry sukūrė kokybės spragų modelį (1988), kurį E. Vitkienė (2004) pavadino klaidų analizės modeliu. Pagal šį modelį kokybę formuoja du subjektai – vartotojas ir paslaugos teikėjas. Vadovaujantis kokybės spragų modeliu galima teigti, kad spraga yra atotrūkis tarp vartotojų lūkesčių ir pasitenkinimo suteiktomis paslaugomis.

Europos vartotojų pasitenkinimo valdymo vadove (2010) teigiama, kad patirtos paslaugos atitikimas vartotojų lūkesčiams leidžia įvertinti paslaugos kokybę ir nustatyti pasitenkinimo lygį. Šį modelį galima pritaikyti grožio terapijos paslaugoms, nustatant kokybės spragas (1 pav.).



1 pav. Grožio terapijos paslaugos kokybės spragų modelis

Sudaryta remiantis: Europos vartotojų pasitenkinimo valdymo vadovas, 2010

Pritaikius šį modelį grožio terapijos paslaugų įmonei ir siekiant išvengti vartotojų nepasitenkinimo dėl jų lūkesčių atsiradimo bei tolesnio plėtojimosi, reikia numatyti ir taikyti kokybės neatitikimo šalinimo priemones. Galimos kokybės spragos ir jų šalinimo priemonės grožio terapijos įmonėje pateiktos 1 lentelėje.

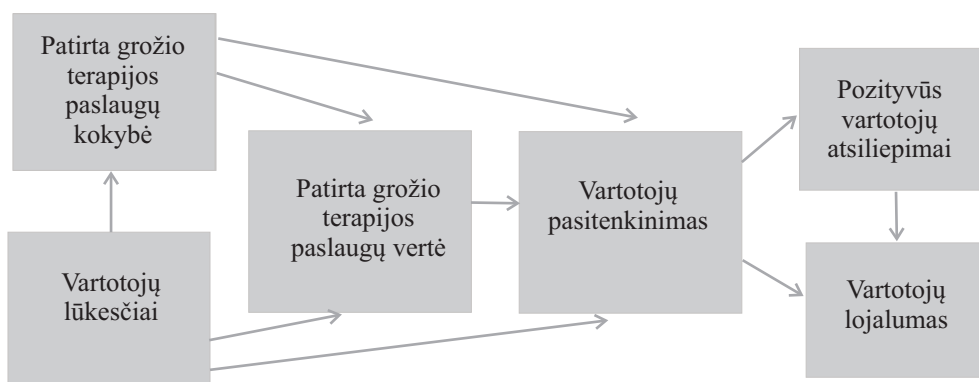
*1 lentelė. Kokybės spragos grožio terapijos paslaugų įmonėje ir jų šalinimo priemonės*

Eil. Nr.	Kokybės spraga	Jos charakteristika	Spragos šalinimo priemonės
1.	Vartotojų lūkesčių ir grožio terapijos paslaugos teikėjo gebėjimų juos suvokti neatitikimas	Grožio terapijos paslaugos teikėjas deramai nesuvokia vartotojų lūkesčių. Grožio terapijos specialistai ir grožio terapijos įmonių vadovai nesidomi ir nežino, kokios paslaugos savybės atitinka vartotojo poreikius ir kaip paslauga turi būti pateikta, norint šiuos poreikius patenkinti	Komunikacijos gerinimas, siekiant pažinti savo vartotojus; tiesioginis bendravimas su vartotojais; vartotojų išklaušymas ir išsiaiškinimas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ko jis tikisi iš grožio terapijos paslaugos;</li> <li>• kokie jo lūkesčiai ir poreikiai</li> </ul>
2.	Grožio terapijos paslaugos teikėjo suvokiamų vartotojų lūkesčių ir jų modifikavimo į paslaugos savybes neatitikimas	Iškyla pasiūlos ir paklausos derinimo problema. Atsiranda neatitikimas tarp paslaugos teikėjo ir vartotojų suvokiamų paslaugos savybių. Nėra kokybės politikos. Neaprašyti arba netaikomi kokybės kriterijai. Sumenkinamas vartotojų požiūris	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kokybės kriterijų, atskleidžiančių vartotojų lūkesčius, nustatymas.</li> <li>• Aiškiai aprašytos paslaugos savybės, atitinkančios vartotojų lūkesčius.</li> <li>• Pozityvaus požiūrio į vartotoją ugdymas.</li> <li>• Vadovų ir darbuotojų kompetencijos tobulinimas.</li> <li>• Papildomas darbuotojų skatinimas siekti kokybės</li> </ul>
3.	Grožio terapijos paslaugos teikimo nukrypimas nuo nustatytų standartų	Nepakankama kokybės kontrolė; kokybės reikalavimų nepaisymas, nepakankama specialistų kompetencija, nepalanki darbo atmosfera: ambicijos, konfliktai, nepagrįsta konkurencija	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sisteminga kokybės kontrolė.</li> <li>• Nustatytų standartų laikymasis.</li> <li>• Palankių darbo sąlygų sudarymas.</li> <li>• Kompetentingų darbuotojų samdymas.</li> <li>• Darbuotojų kompetencijų tobulinimas.</li> <li>• Komandinio darbo skatinimas.</li> <li>• Darbuotojų nepagrįstos konkurencijos netoleravimas</li> </ul>
4.	Grožio terapijos paslaugos teikimo ir reklamos neatitikimas	Grožio terapijos įmonė negali žadėti daugiau, nei yra pajėgi ištesėti. Reklama ir komunikacinė elgsena turi būti etiška, teisinga, sąžininga. Vartotoją turi pasiekti aiški ir tiksli informacija apie paslaugas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklamos etikos laikymasis.</li> <li>• Racionalūs pažadai ir jų laikymasis.</li> <li>• Vidinės ir išorinės komunikacijos gerinimas.</li> <li>• Informavimo šaltinių įvairinimas.</li> <li>• Vartotojų mokymas ir švietimas</li> </ul>

Eil. Nr.	Kokybės spraga	Jos charakteristika	Spragos šalinimo priemonės
5.	Laukiamos ir realiai patirtos grožio terapijos paslaugos kokybės spragų mažinimas	Vartotojai kokybę vertina lūkesčius lygindami su patirta paslauga. Kuo mažesnė laukiamos ir patirtos kokybės spraga, tuo geriau vartotojas vertina kokybę	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemingai vykdyti vartotojų apklausas, siekiant nustatyti jų lūkesčius ir patirtą kokybę.</li> <li>• Grožio terapijos paslauga turi atitikti arba viršyti vartotojo lūkesčius, todėl tinka visos aukščiau minėtos priemonės</li> </ul>

Šaltinis: Bagdonienė, 2004

Patenkinti vartotojų lūkesčiai lemia jų pasitenkinimą kokybe ir lojalumą. Vertinant grožio terapijos paslaugų kokybę gali būti taikomas priežasties ir pasekmės modelis, susiejantis vartotojų lūkesčius (priežasties elementas) su vartotojų lojalumu (pasekmės elementas) (2 pav.).



2 pav. Grožio terapijos paslaugų kokybės vertinimo modelis

Šis modelis atskleidžia, kokie veiksniai turi įtakos vartotojų lojalumui: vartotojų lūkesčiai, patirta grožio terapijos paslaugų kokybė, paslaugų vertė. Jeigu šie elementai suderinti, garantuojamas vartotojų pasitenkinimas ir geri atsiliepimai. Taip galima užsitikrinti, kad vartotojai pakartotinai grįžtų į grožio terapijos paslaugų įmonę, rekomenduotų ją artimiesiems, draugams ir pažįstamiems.

Vertybinės nuostatos. Vertybinės kokybės nuostatos ir kokybės kultūra yra ypač svarbūs teikiant grožio terapijos paslaugas. Grožio terapeutų teikiamos paslaugos nėra vien grožio terapijos procedūrų atlikimas pagal taisykles. Jie privalo sukurti sąlygas vartotojui pabūti malonioje aplinkoje, užmegzti teigiamą ir gana artimą, nors ir trumpalaikį, ryšį. Pasak V. Isiūnienės, G. Adomavičienės ir Ž. Micikienės (2012, p. 188), grožio terapeutas yra ir savo profesijos menininkas, siūlantis



virtotojui įvairius kūrybinius sprendimus. Todėl grožio terapijos paslaugų teikėjas turi ne tik teikti techninius reikalavimus atitinkančias paslaugas, bet ir savo veiklą grįsti atitinkamomis vertybėmis.

Vertybinis aptarnavimo pagrindas susieja esmines grožio terapijos paslaugų įmonės vertybes ir virtotojų aptarnavimo standartus. Vienas pagrindinių etinių reikalavimų – aukšta virtotojų aptarnavimo kultūra. Ji apima dėmesį ir pagarbą kiekvienam virtotojui. Šiandieninis aptarnavimas grožio terapijos paslaugų įmonėse turi būti lankstus ir empatiškas, virtotojų poreikiai tenkinami, atsižvelgiant į individualias situacijas, suderinant interesus.

Viena pagrindinių vertybių – atsakomybė už atliktą darbą, įsipareigojimų virtotojams laikymasis. Didelis dėmesys turi būti skiriamas informacijos etikai ir aiškumui: teisingos informacijos apie grožio terapijos paslaugas teikimui ir atitikimui teikiams paslaugoms.

Siekiant orientuotis į vertybinį pagrindą, atsiranda didesnė tikimybė, kad virtotojai pakartotinai naudosis paslaugomis, pirmenybę teiks tai grožio terapijos paslaugų įmonei, kuri labiausiai atitiks jų moralinius standartus ir patenkins jų poreikius. Skaidrios vertybinės nuostatos, aukšta kokybės kultūra sukuria prielaidas virtotojų lojalumui, geram grožio terapijos paslaugų įmonės įvaizdžiui.

Pasiekus aukštą virtotojų pasitenkinimo grožio terapijos įmonėje lygį, galima orientuotis į patraukliąją kokybę (Kano, 1984). Remiantis N. Kanu, kokybės požymiai klasifikuojami skirtingose kokybės kategorijose, kurios pagrįstos ryšiu tarp produkto kokybės savybių ir virtotojo pasitenkinimo tomis savybėmis, kuris laikui bėgant kinta. Siekiant vis didesnio virtotojų pasitenkinimo, svarbu tinkamai paskirstyti išteklius, siekiant kokybės. Čia svarbu žinoti, kaip virtotojai vertina kokybės savybes ir nustatyti ryšį tarp kiekvienos kokybės savybės bei virtotojo pasitenkinimo.

Šie argumentai leidžia teigti, kad grožio terapijos paslaugų kokybės vertinimas virtotojo požiūriu yra aktualus ir reikalingas.

Grožio terapijos paslaugų kokybės kriterijai. Anglų mokslininkų P. Parasuraman, V. Zeithaml ir L. Berry (1988) sukurtas modelis palygina virtotojų lūkesčius su patirta paslauga. Jame naudojamos penkios kokybės dimensijos (kriterijai): akivaizdumas (apčiuopiamumas, materialinės vertybės); atsakas (reagavimas) – virtotojų poreikių tenkinimo greitis; patikimumas – darbuotojų gebėjimas suteikti paslaugą, atsižvelgiant į virtotojo lūkesčius; užtikrinimas (tikrumas) – darbuotojų išmanymas ir paslaugumas; empatija (įsijautimas) – individualus dėmesys virtotojams.

Išanalizavus paslaugų kokybės vertinimo veiksnius, skiriami šie pagrindiniai kokybės kriterijai, kuriuos galima pritaikyti grožio terapijos paslaugai, o jų paaiškinimai pateikiami 2 lentelėje.



2 lentelė. Grožio terapijos paslaugos kokybės kriterijai

Kokybės kriterijus	Trumpas kriterijaus aprašas
Apčiuopiamumas	Grožio terapijos paslaugų įmonės materialiosios, fizinės priemonės: patalpos ir įranga, darbuotojų išvaizda, informacinė medžiaga
Patikimumas	Grožio terapijos paslaugų teikėjo gebėjimas teikti patikimas paslaugas, vykdyti pažadus, suteikti tikslią informaciją
Jautrumas (reagavimas)	Greitas grožio terapijos paslaugos suteikimas ir pagalba vartotojams. Skubus ir efektyvus paslaugos atlikimas, iškilusių problemų sprendimas, rekomendacijos vartotojams, suderintas kainos ir kokybės santykis
Tikrumas	Pasitikėjimo įkvėpimas. Bruožai, kurie suteikia vartotojams pasitikėjimą grožio terapijos paslaugos teikėju (darbuotojų specifinis paslaugos išmanymas, kompetentingumas, paslaugumas, mandagus vartotojų aptarnavimas, atsakymai į visus rūpimus klausimus)
Empatija (įsijautimas)	Pasirengimas ir gebėjimas suteikti individualias grožio terapijos paslaugas, individualus dėmesys, rūpestingumas, svetingumas, geranoriškumas, gebėjimas išsiaiškinti vartotojų norus, specialių poreikių tenkinimas

## 2. Grožio terapijos paslaugų kokybės vertinimas pasirinktame sektoriniame praktinio mokymo centre

Kirpimo, grožio terapijos ir susijusių paslaugų sektorinis praktinio mokymo centras (toliau – centras) įkurtas pagal LR ŠMM sektorinių praktinio mokymo centrų programą. Tai moderniausias Baltijos šalyse grožio paslaugų mokymo centras, aprūpintas šiuolaikine įranga, kuriuo naudojasi profesinis mokymas, aukštosios mokyklos ir darbdaviai. Modernizuotoje mokymo bazėje įrengti aukščiausio lygio kirpimo, kosmetikos, pedikiūro ir manikiūro, kūno masažo, SPA, makiažo ir permanentinio makiažo, kirpimo ir kiti mokomieji kabinetai, kompiuterizuota mokymo klasė, išvaizdos stiliaus studija, foto ir floristikos studijos, egzaminų centro patalpos. Centre dirba aukštos kvalifikacijos darbuotojai, kurie tobulinasi įvairiose stažuotėse Lietuvoje ir užsienyje. Teikiamos kirpimo, kosmetikos, SPA, floristikos, įvaizdžio dizaino ir kitos paslaugos, yra galimybė tobulinti kvalifikaciją. Mokymas centre organizuojamas modulinio principu. Šiame praktinio mokymo centre atlieka praktiką Šv. Ignaco Lojolos kolegijos grožio terapijos studentai.

Siekiant įvertinti teikiamų grožio paslaugų kokybę, 2016 metais kovo – gegužės mėnesiais atliktas tyrimas sektoriniame praktinio mokymo centre.

Tyrimo metodai. Sektoriniame praktinio mokymo centre teikiamų paslaugų kokybei įvertinti pasirinktas kiekybinis tyrimas. Suderinus su centro vadovybe, siekiant nustatyti grožio paslaugų vartotojų požiūrį į jiems teikiamų paslaugų kokybę, atlikta anketinė apklausa. Vertintas vartotojų pasitenkinimas gautomis pas-

laugomis penkių kokybės kriterijų aspektu: apčiuopiamumo, jautrumo, tikrumo, patikimumo ir empatiškumo. Siekta išsiaiškinti ir lankytojų motyvus, renkantis „X“ centrą. Klausimai sugrupuoti tokia tvarka pagal kokybės kriterijus:

- Apčiuopiamumas: klausimai apie turimas fizines priemones ir įrangą, darbuotojų išvaizdą, reklamą ir informacinę medžiagą, paslaugų įvairovę, vietą, interjerą, aplinką, švarą ir tvarką.
- Patikimumas: klausimai apie užtikrintą paslaugos atlikimą, atitinkantį vartotojo lūkesčius, personalo elgesį, tiksliai suteiktą informaciją.
- Jautrumas: klausimai apie paslaugų suteikimą laiku ir greitai, iškilusių problemų sprendimą, pagalbą vartotojams, kainos ir kokybės santykį, kliento konsultavimą.
- Tikrumas: klausimai apie pasitikėjimo įkvėpimą, darbuotojų kompetenciją, mandagų vartotojų aptarnavimą, atsakymus į visus rūpimus klausimus.
- Empatiškumas: klausimai apie rūpestingumą, svetingumą, geranoriškumą, individualių paslaugų suteikimą vartotojams, gebėjimą išvelgti vartotojų norus, individualių vartotojų poreikių tenkinimą.

Tyrimui pasirinktas atsitiktinių respondentų elektroninės apklausos metodas. Apklausoje dalyvavo 195 respondentai, iš kurių 93,85 proc. – moterys ir 6,15 proc. – vyrai. Daugiausia apklausoje dalyvavusių respondentų – 20–50 metų amžiaus ir vyresni (92,31 proc.). Net 61,54 proc. respondentų – turintys aukštąjį išsilavinimą.

Rezultatų aptarimas. Akivaizdu, kad didžioji dalis sektorinio praktinio mokymo centro vartotojų yra aukštąjį ar profesinį išsilavinimą turinčios 20–50 metų ir vyresnės moterys. Remiantis šio tyrimo duomenimis, galima teigti, kad dažnas centro lankytojas naudojasi daugiau nei viena paslauga. Didžioji dalis apklaustųjų rinkosi rankų / kojų (30,86 proc.), veido (23,46 proc.), kūno (17,28 proc.) ir plaukų (17,28 proc.) priežiūros paslaugas. Tyrimas atskleidė, kad centre teikiamų paslaugų kaina atitinka jų vertę, taip mano net trys ketvirtadaliai apklaustųjų, o paslaugų spektras yra pakankamai platus, kad būtų gerai vertinamas (95,38 proc. respondentų nuomonės). Pabrėžtina, kad vartotojai centre teikiamas paslaugas gerai vertina ir daugeliu kitų aspektų, kaip, pvz., paslaugų teikimo punktualumą, naudojamas kosmetikos priemonės ir įrangą (90,77 proc. sutinka su teiginiu ir 7,69 proc. iš dalies sutinka). Tai, kad net 92,31 proc. dalyvavusiųjų apklausoje yra patenkinti gautomis paslaugomis, leidžia teigti, jog centre teikiamų paslaugų kokybė yra užtikrinta. Paslaugų kokybę užtikrina ir darbuotojų profesionalumas, kuriuo pasitiki didelė respondentų dalis (89,23 proc.). Remiantis tyrimu, centro darbuotojai yra konfidencialūs (96,92 proc.). Respondentų teigimu, darbuotojai geba tinkamai (87,69 proc.) ar pakankamai tinkamai (12,31 proc.) reaguoti į vartotojų problemas ir jas greitai spręsti. Net 96,92 proc. apklausos dalyvių nuomone, centro

darbuotojai skiria dėmesį kiekvienam vartotojui, 92,31 proc. respondentų teigė, kad centro darbuotojai yra mandagūs, 83,08 proc. respondentų manymu, centro darbuotojai domisi inovacijomis. Bemaž visus respondentus tenkina centre naudojamos kosmetikos priemonės: 15,38 proc. patenkinti iš dalies, 84,62 proc. – visiškai patenkinti. Panašiai, tik šiek tiek geriau, respondentai atsiliepia ir apie centre naudojamą įrangą: puikiai ją įvertino 90,77 proc. Gerai respondentai vertina ir centre dirbančius grožio terapeutus: jų profesionalumu pasitiki net 89,23 proc. apklausos dalyvių, beveik 85 proc. apklaustųjų teigimu, darbuotojai geba atsakyti į vartotojams kylančius klausimus.

Remiantis tyrimo duomenimis, daugiau nei du trečdaliai (70,77 proc.) centro lankytojų yra lojalūs specialistams. Vos 10,77 proc. apklaustųjų nesirenka to paties specialisto antrą kartą. 75,38 proc. respondentų teigimu, jiems suteikiama pakankamai informacijos apie procedūras ir jų poveikį, bemaž 80 proc. atvejų jie yra sutinkami ir išlydimi specialisto, 63,08 proc. atvejų specialistas pasiteirauja, kokias priemones vartotojas vartoja namie, net 92,1 proc. atvejų po procedūros respondentų teirautasi apie jų savijautą. Pagal penkių balų vertinimo sistemą, kur 5 – puikiai, o 1 – blogai, paprašyti įvertinti centro vietą, interjerą, darbuotojų išvaizdą, respondentai geriausiai įvertino centro švarą ir tvarką, tada – darbuotojų išvaizdą, centro vietą, interjerą ir laukiamąjį.

Apklausos rezultatai įrodė, kad centro specialistai – geranoriški, suteikiantys informaciją, gebantys užtikrinti konfidencialumą, tinkamai reaguojantys į vartotojų problemas, skiriantys pakankamai dėmesio kiekvienam vartotojui, mandagūs, stengiasi pasitikti ir išlydėti kiekvieną klientą, domisi jų savijauta po procedūrų. Remiantis tyrimo rezultatais, centro vartotojams suteikiama pakankamai informacijos apie procedūras ir jų poveikį. Tačiau centro specialistams vertėtų labiau stengtis išsiaiškinti, kokias priemones vartotojai vartoja namie ir be išimties kiekvienam centro lankytojui pasiūlyti jam tinkamiausias priemones, taip užtikrinant ilgalaikį teikiamų procedūrų poveikį bei didinant vartotojo pasitikėjimą specialistais. Pasitikėjimo didinimas ir lojalumo ugdymas – ypač svarbūs, žinant, kad pagrindinės centro klientės – moterys, kurios dažniausia yra lojalios grožio terapeutui. Tai įrodo ir tyrimo metu gauti duomenys: net 70,77 proc. jų lankosi pas tą patį specialistą. Tačiau toks lojalumas turi ir tam tikros rizikos: dažnas vartotojas, besirenkantis konkretų specialistą, yra lojalus labiau jam nei pačiam centrui, taigi atsiranda galimybė, kad, specialistui pakeitus darbo vietą, vartotojas rinksis kitą grožio terapijos centrą, todėl būtina didinti vartotojo lojalumą centrui, skatinant jį rinktis daugiau nei vienos rūšies paslaugas bei sudarant galimybę patirti ir kitų specialistų profesionalumą.

Galima drąsiai teigti, kad centro reputacija vertinama teigiamai (98,5 proc.). Ši teiginį patvirtina ir tai, kad net 81,54 proc. apklausos dalyvių jį rekomenduotų savo draugams bei pažįstamiems.

Tyrimo rezultatų apibendrinimas. Išanalizavus visus grožio terapijos paslaugų kokybės vertinimo kriterijus, nustatyta, kad sektorinio praktinio mokymo centro vartotojai yra patenkinti teikiamų grožio terapijos paslaugų kokybe:

1. Bendra grožio terapijos paslaugų kokybė yra aukšta. Visos analizuotos paslaugų kokybės dimensijos įvertintos teigiamai.
2. Informacijos apie paslaugas pateikimas prieinamas ir patrauklus, centro interjeras pritraukia vartotojus, o moderni įranga pritaikyta grožio terapijos paslaugoms teikti ir užtikrina jų atlikimo kokybę. Siekiant pritraukti vartotojus iš užsienio, informacija galėtų būti pateikiama ir kitų šalių kalbomis.
3. Centro darbuotojai gerai atlieka savo pareigas: rodo deramą dėmesį kiekvienam vartotojui, aiškinasi jų poreikius ir atsižvelgdami į juos parenka atitinkamas grožio terapijos paslaugas.
4. Centro specialistai grožio terapijos paslaugas suteikia laiku ir be trukdžių, puikiai geba įveikti problemines situacijas, kad vartotojai liktų patenkinti, pačių darbuotojų elgesys ir aptarnavimas kelia pasitikėjimą. Galima teigti, kad centras vartotojams kelia pasitikėjimą.
5. Grožio terapijos paslaugų teikėjai geba paslaugą suteikti profesionaliai, kokybiškai ir patikimai, prieš teikdami paslaugą įvertinę vartotojo galimybes ir poreikius.
6. Grožio terapijos paslaugas teikiantys darbuotojai nuoširdžiai bendrauja su vartotojais. Jautrumo dimensiją apibūdinantys teiginiai vertinti teigiamai, taip išreikštas respondentų pasitenkinimas suteikta paslauga.

## Išvados

1. Grožio terapijos paslaugos kokybė – tai grožio terapijos paslaugos savybių visuma, kuri įgalina tenkinti šiandieninius arba numanomus vartotojo poreikius.
2. Grožio terapijos paslaugos kokybė gali būti vertinama vadovaujantis tokiomis kriterijais kaip apčiuopiamumas, patikimumas, jautrumas, tikrumas, empatiškumas.
3. Išanalizavus anketinės apklausos rezultatus nustatyta, kad sektoriniame praktinio mokymo centre teikiamos paslaugos vartotojų požiūriu yra kokybiškos. Remiantis atlikto tyrimo duomenimis, galima teigti, kad, respondentų nuomone, jie gavo patrauklias, priimtinas, profesionalias ir koky-

biškai atliktas paslaugas. Centro reputacija vertinama puikiai, beveik visi apklausos dalyviai jį rekomenduo­ tų savo draugams ir pažįstamiems.

## Rekomendacijos

1. Sektorinis praktinio mokymo centras gali būti rekomenduotas kaip praktinio mokymo ir praktikos atlikimo vieta aukštųjų mokyklų grožio terapijos studijų programos studentams.
2. Vadovaujantis tinkamumo reikalavimais įmonėms, siūlančioms praktikos vietas studentams, reikėtų atlikti tolesnius tyrimus dėl pasirinkto sektoriaus praktinio mokymo centro praktikos organizavimo kokybės (mentorstės, praktikos vertinimo aspektai ir pan.).

*Gauta 2017 01 20  
Pasirašyta spaudai 2017 05 22*

## Literatūra

- Bagdonienė, L., Hopenienė, R. (2005). *Paslaugų marketingas ir vadyba*. Kaunas: Technologija.
- The Science of Customer Satisfaction*. (2016). ASCI [interaktyvus]. Prieiga internete: <http://www.theacsi.org/about-acsi/the-science-of-customer-satisfaction> [žiūrėta 2017-04-07].
- Europos vartotojų pasitenkinimo valdymo vadovas*. (2010). Lietuvos Respublikos vidaus reikalų ministerija.
- Global Beauty Care Products Industry 2012–2017: Trend, Profit, and Forecast Analysis*. (2012). Prieiga internete: [http://www.researchandmarkets.com/reports/2316299/global\\_beauty\\_care\\_products\\_industry\\_20122017](http://www.researchandmarkets.com/reports/2316299/global_beauty_care_products_industry_20122017) [žiūrėta 2017-04-10].
- Isiūnienė, V., Adomavičienė, G., Mickienė, Ž. (2012). Dirbančiųjų grožio terapijos terapijos specialistų kvalifikacijos kėlimo poreikis. *Sveikatos mokslai*, Nr. 22 (5), p. 188–191.
- Jocienė, J., Navikienė, Ž., Valiulienė, J. (2014). *Grožio ir grožio terapijos kompetencijų vertinimo metodika*. Panevėžys: UAB „Riprosetas“, 63 p.
- Kano, N., Nobuhiku, S., Fumio, T., Shinichi, T. (1984). Attractive quality and must-be quality *Journal of the Japanese Society for Quality Control (in Japanese)*, Vol. 14 (2), p. 39–48. ISSN 0386-8230.
- Langvinienė, N., Vengrienė, B. (2005). *Paslaugų teorija ir praktika*. Kaunas: Technologija.
- Lietuvos profesijų klasifikatorius*. (2012).
- Lopaciuk, A., Loboda, M. (2013). Global Beauty Industry Trends in the 21st Century. *International Conference „Management, Knowledge and Learning“* [interaktyvus]. Prieiga internete: <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-02-4/papers/ML13-365.pdf> [žiūrėta 2017-01-16].
- Palaima, T. (2005). Paslaugų kokybės tyrimo programa: kiekybinių tyrimų galimybės. *Marketingas*, Nr. 7–8, p. 37–41.
- Vengrienė, B. (2006). *Paslaugų vadyba*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Vitkienė, E. (2004). *Paslaugų marketingas*. Klaipėda: Klaipėdos universitetas.
- Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2007 m. rugpjūčio 1 d. įsakymas Nr. V-633 „Dėl Lietuvos higienos normos HN117:2007 „Grožio paslaugų sveikatos saugos reikalavimai“ patvirtinimo“ [interaktyvus]. Prieiga internete: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.CE03E1D3329D> [žiūrėta 2017-04-19].

## **BEAUTY THERAPY SERVICES QUALITY ASSESSMENT IN THE SECTORAL PRACTICAL TRAINING CENTER**

**Jūratė Jocienė, Nijolė Deksnienė, Alicija Ramanauskaitė**

### Summary

The article analyses the practical aspects of beauty therapy service quality assessment in the sectorial practical training center, describes the beauty therapy service quality and its criteria, presents beauty therapy services quality survey results from a consumer perspective. This article is based on scientific and normative literature analysis on the basis of the quality survey results conducted by the authors. The aim of survey – to evaluate the quality of beauty therapy services in the selected sectorial practical training center from a consumer perspective. The object of research – beauty therapy service quality. The survey tasks: to discuss the concept of beauty therapy services quality; to describe the beauty therapy services quality evaluation criteria and to find out how consumers evaluate the beauty therapy service quality in the selected practical training center.

The theoretical approach is based on the scientific literature and regulatory documents analysis. Analysing beauty therapy service quality trends used the method – systematic and comparative analysis of published scientific literature concepts and conclusions. To identify Beauty Therapy service users' satisfaction with the quality of service established a quantitative survey, which revealed that the quality of beauty therapy services is a whole of beauty therapy services features, which makes it possible to meet today or implied user needs. Beauty therapy services quality can be evaluated according to criteria such as Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The analysis of the questionnaire results showed that sectorial practical training center providing services to consumers in terms of the quality. According to the study, it can be said that the respondents think they got an attractive, reasonable, professional and high-quality services rendered. Sectorial Center's reputation is well-regarded and nearly all respondents would recommend it to their friends and acquaintances.

In the article is analysed how consumers evaluate the quality of beauty therapy services. The aim of the article – to evaluate the quality of beauty therapy services in sectorial practical training center on consumers' viewpoint. The aim moves out the following objectives: 1. Reveal the beauty therapy service quality concept. 2. To describe the beauty therapy services quality evaluation criteria. 3. Find out how customers evaluate the beauty care service quality in practical training center. The methods used: analysis of scientific literature, analysis of documents, sum-

mary, synthesis, questionnaire, statistical analysis of the data. According to the Lithuanian and foreign scientific literature theoretical and practical aspects are considered on beauty therapy service quality, in order to analyse and identify it-enhancing items. The article disclosures of beauty therapy quality concept and its application on beauty therapy service quality assessment. The practical part of the survey in sectorial practical training center X assess emphasis how users evaluate beauty therapy service quality on consumers' viewpoint. Conclusions:

1. Beauty Therapy service quality can be understood as a beauty therapy services set of a characteristic that enables to meet or implied user needs.
2. Beauty Therapy service quality can be evaluated according to certain criteria, such as tangibility, reliability, sensitivity, authenticity, empathy.
3. An analysis of the questionnaire survey results found that in the center the beauty therapy services are offered of high quality on consumers' viewpoint. According to this conclusion, sectorial practical training center can be recommended as a practical training place for beauty therapy study program students.



