

Anna Wolnowska  
Kamil Rej  
Akademia Morska w Szczecinie

# Ocena jakości usług spedycyjnych poprzez badanie satysfakcji klientów<sup>1</sup>

Jak wygląda poziom świadczenia usług spedycyjnych w Polsce? Jakiej jej elementy klienci oceniają najniżej? Co spedytory powinni zmienić? Znalazienie odpowiedzi na te pytania było celem badania satysfakcji klientów usług spedycyjnych, które zostało przeprowadzone w IV kwartale ubiegłego roku. Pomiar jakości usług zawsze sprawiał trudności, dlatego powstaje coraz więcej metod służących rozwiązaniu powyższego problemu. W opisanych badaniach posłużono się dwiema metodami: Servqual oraz CSI (Customer Index Satisfaction). W artykule przedstawiono zarówno analizę wyników, jak i sposób ich uzyskania w oparciu o zastosowane metody.

Przedmiotem badawczym były podmioty gospodarcze, które ze względu na charakter swojej działalności korzystają z usług przedsiębiorstw spedycyjnych. Badania przeprowadzono na losowo wybranej grupie przedsiębiorstw, które mają różny zakres funkcjonowania, pochodzą z różnych branż oraz posiadają niejednorodny udział w rynku. Przedstawione badania obrazują jakość funkcjonowania rynku usług spedycyjnych w Polsce. Do realizacji celu, jak już wspomniano, posłużono się dwiema metodami: CSI<sup>2</sup> oraz Servqual. Wybór powyższych metod był uwarunkowany rodzajem przeprowadzanych badań i specyfiką analizowanego obszaru, jakim jest sektor spedycji.

## Badanie jakości usług metodą CSI

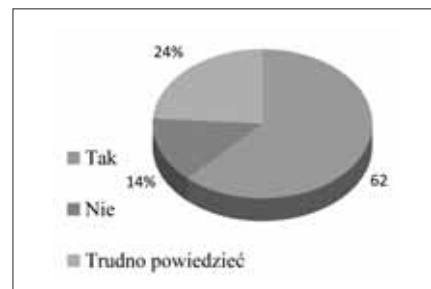
Technika realizacji badań metodą CSI obejmowała zarówno badania w formie ankiety jak i pogłębione wywiady telefoniczne. Wynikało to z mnogości pytań otwartych jakie zawierało badanie, a co za tym idzie wielu informacji, na przeka-

zanie których często pracownicy badanych podmiotów nie mieli z oczywistych przyczyn czasu. Badanie składało się z dwóch części, między którymi wystąpiła nieznaczna odległość czasowa i w zależności od dyspozycyjności przedsiębiorstwa wyniosła średnio 14 dni:

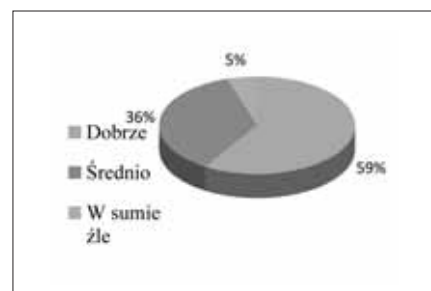
- badanie eksploracyjne, którego celem było ustalenie najważniejszych kryteriów dla klientów firm spedycyjnych,
- badanie diagnostyczne, służące ocenie jakości usług spedycyjnych na podstawie kryteriów zdefiniowanych w pierwszym badaniu.<sup>3</sup>

Dla przedsiębiorstwa spedycyjnego jednym z najważniejszych aspektów usługi spedycyjnej jest terminowość dostawy, spełnienie tego wymogu niekiedy jest bardzo trudne ze względu na występowanie czynników niezależnych od spedytora, takich jak terminowość wykonania zadania przez podwykonawcę. Kolejnym elementem usługi, docenianym chyba przez wszystkich, jest cena, która w dobie kryzysu światowego raczej odbiega od oczekiwań klienta. Jakość wykonania prac przeładunkowych jest również dość istotna, jednak w tym przypadku niemal w całości zależy od podwykonawcy, z którym współpracuje spedytory, czy przedsiębiorstwem przeładunkowym. Spedytorzy małą uwagę przywiązują do kontroli ładunku w trasie, co nie jest bez znaczenia w przypadku przewozu ładunku szczególnej wartości.

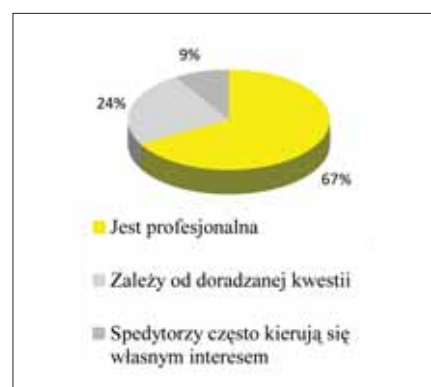
Na podstawie badania eksploracyjnego stwierdzono najistotniejsze z punktu widzenia zadowolenia klienta elementy usługi spedycyjnej. Badane podmioty za najważniejsze uznały:



Rys. 1. Czy są Państwo ogólnie zadowoleni z poziomem świadczenia usług spedycyjnych?  
Źródło: opracowanie własne.



Rys. 2. Jak Państwo oceniają poziom terminowości dostaw?  
Źródło: opracowanie własne.



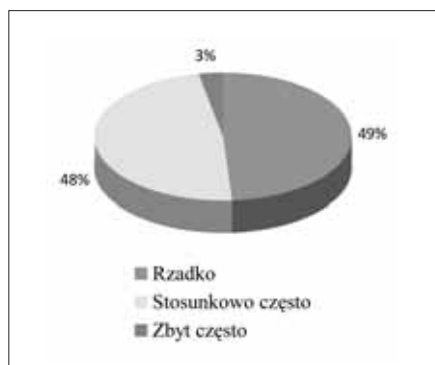
Rys. 3. Jak Państwo oceniają fachowość doradztwa spedycyjnego?  
Źródło: opracowanie własne.

<sup>1</sup> Artykuł recenzowany (przyp. red.).

<sup>2</sup> Dahlgard J., Kristensen K., Kanji G.: *Podstawy zarządzania jakością*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 150-151.

<sup>3</sup> Prussak W.: *Zarządzanie jakością. Wybrane elementy*, Poznań 2006, s. 120-121.

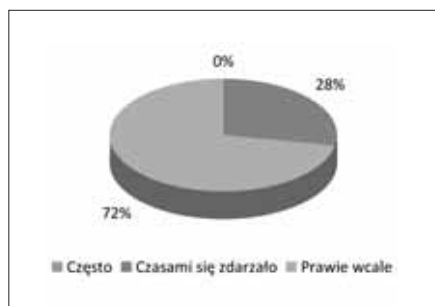
<sup>4</sup> Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L.: *Reassessment of expectation as a comparison in measuring service quality. Implications for further research*, Journal of Marketing, 1994, p. 1.



Rys. 4. Jak często występują błędy dokumentacji tzn. fakturowanie, komplementacja wszystkich dokumentów itp.  
Źródło: opracowanie własne.



Rys. 5. Co sądzą Państwo o poziomie cen za usługi spedycyjne?  
Źródło: opracowanie własne.



Rys. 6. Jak często mieli Państwo do czynienia z sytuacją uszkodzenia ładunku?  
Źródło: opracowanie własne.

- cenę usługi
- terminowość realizacji
- jakość prac ładunkowych
- przywiązanie do klienta
- fachowość spedytorów
- dokumentacja procesu (w tym dokładne fakturowanie)
- umiejętność działania w nagłych przypadkach.

Biorąc pod uwagę wyniki badania eksploracyjnego, nastąpiła kolejna część badania CSI, tak zwana faza diagnostyczna. Określono poziom zadowolenia klienta a ostateczne wyniki przedstawiono w formie wykresów kołowych (rysunki 1 – 6). Podczas tej fazy, ci sami klienci dawali odpowiedź na sześć pytań służących ocenie następujących elementów:

- ogólnego poziomu świadczonych usług spedycyjnych
- terminowości dostaw organizowanych przez spedytorów
- jakości doradztwa spedycyjnego
- jakości sporządzanej dokumentacji przez firmy spedycyjne
- poziomu cen za usługi spedycyjne
- sytuacji uszkodzenia ładunków podczas transportu.

## Badanie jakości usług metodą Servqual

Druga metoda, jaka została zastosowana, to Servqual. Jest to najbardziej rozbudowana metoda pomiaru jakości usług. Opracowana w latach 1983 – 1985 przez A. Parasuraman, V. A. Zeithalm i L. Berry<sup>4</sup>. Badania Servqual opierają się na pomiarze różnic pomiędzy jakością oczekiwaną i postrzeganą. Pod uwagę bierze się pięć wymiarów usług:

- namacalność – wygląd fizycznych udogodnień, sprzętu, personelu, materiałów komunikacyjnych
- niezawodność – zdolność do dostarczenia obiecanej usługi w zadanym terminie o adekwatnej jakości
- reagowanie – chęć pomocy klientowi i dostarczenia szybkiej usługi, szybkie reagowanie na wymogi stawiane przez klientów
- pewność – wiedza i dobre wychowanie pracowników oraz umiejętność wzbudzania zaufania i pewności klientów
- empatia – zindywidualizowana i dbała uwaga, którą firma zapewnia klientom, utożsamianie się z ich potrzebami<sup>5</sup>.

Prace z wykorzystaniem Servqual, były przeprowadzane w formie ankiety wysyłanej pocztą elektroniczną. Każde badane przedsiębiorstwo otrzymywało trzy ankiety:

- dotyczącą określenia wagi pięciu wymiarów,
- dotyczącą jakości oczekiwanej,
- dotyczącą jakości postrzeganej.

W celu oszacowania poziomu jakości usług w zakresie każdego z wymienionych wymiarów, projektuje się dwa kwestionariusze, złożone z 22 pytań dotyczących oczekiwań klientów (jakość oczekiwana) i tychże samych pytań dotyczących postrzegania usługi odnoszącej się do przedsiębiorstwa z usług, których ankietowany korzysta (jakość postrzegana). Każde pytanie odnosi się do jednego z pięciu obszarów Servqual. W metodzie Servqual używana jest siedmiopunktowa skala Likerta, która pozwala przypisać poszczególnym stwierdzeniom wagi: od całkowicie się zgadzam (7 pkt.) do zupełnie się nie zgadzam (1 pkt.). Im większa jest różnica pomiędzy wartością oczekiwaną a postrzeganą, tym większe jest niezadowolenie nabywcy; jeżeli zaś różnica wynosi zero lub jakość postrzegana jest większa od oczekiwanej, to wówczas możemy uznać dany element za spełniający oczekiwania klienta.

Dodatkowo, podczas wykorzystania metody ważne jest określenie, jakie znaczenie mają dla klienta poszczególne wymiary. Stosuje się w tym celu specjalną ankietę, mającą na celu nadanie wymiarom wag. W owej ankiecie wymienionych jest 5 cech odpowiadających firmom i usługom. Konsumenci powinni określić, jak ważna dla nich jest każda z tych cech. Dokonuje się tego przy wykorzystaniu metody stałej sumy. Klient otrzymuje 100 punktów, które ma rozdzielić pomiędzy wymienione obszary. Im dany wymiar jest dla niego bardziej istotny, tym więcej punktów powinien przyznać<sup>6</sup>.

Tab. 1. Wyniki oceny wymiarów jakości Servqual.

| Obszar Servqual | Empatia | Pewność | Reagowanie | Rzetelność | Namacalność |
|-----------------|---------|---------|------------|------------|-------------|
| Średnia waga    | 0,08    | 0,30    | 0,17       | 0,32       | 0,13        |

Źródło: opracowanie własne.

<sup>5</sup> Wolniak R.: *Metody i narzędzia zarządzania jakością*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2008, s. 182-183.

<sup>6</sup> Wolnowska A.: *Service quality evaluation in a service and trading company with the use of servqual method*, w: materiały Międzynarodowej Konferencji „Analiza i prognozowania systemów zarządzania” St. Petersburg, Apr. 2009, s. 272-284.

Powyższe wyniki otrzymano sumując wszystkie oceny wag klientów dla poszczególnych wymiarów, na końcu dzieląc je przez 100. Na ich podstawie wywnioskować możemy, że dla badanych przedsiębiorstw najważniejszą wagę ma wymiar pewności oraz rzetelności, zaś szczególnie małą uwagę ankietowani przyznali empatii.

Rezultaty przedstawione w tabeli 2 otrzymano sumując wyniki (różnice pomiędzy wartością postrzeganą a oczekiwaną) danego wymiaru dla danego klienta, następnie wszystkie te wyniki dodano i podzielono przez liczbę ankietowanych.

Tab. 2. Ocena wymiarów jakości Servqual.

| Obszar Servqual | Empatia | Pewność | Reagowanie | Rzetelność | Namacalność |
|-----------------|---------|---------|------------|------------|-------------|
| Średnia waga    | 0,08    | 0,30    | 0,17       | 0,32       | 0,13        |

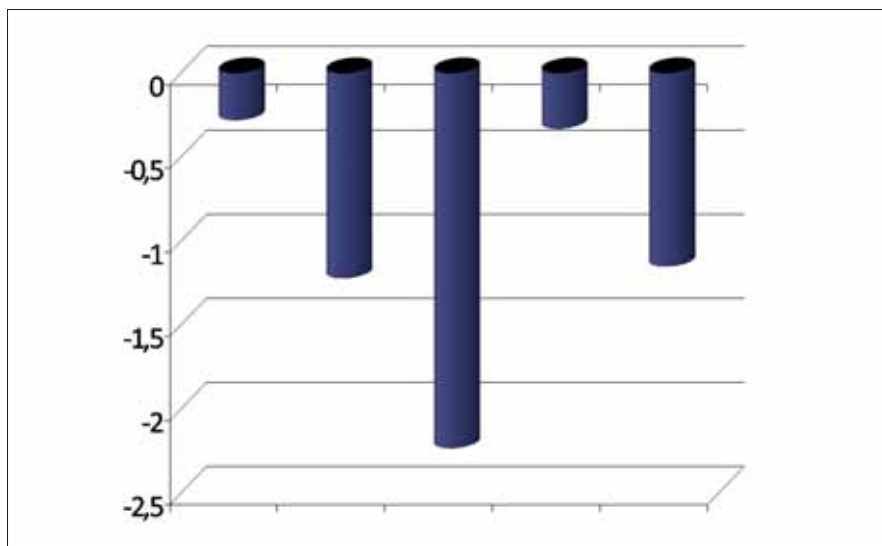
Źródło: opracowanie własne.

Nieważony wynik Servqual otrzymano poprzez zsumowanie średnich z tabeli 2 i podzielenie ich przez liczbę wymiarów<sup>7</sup> [1]:

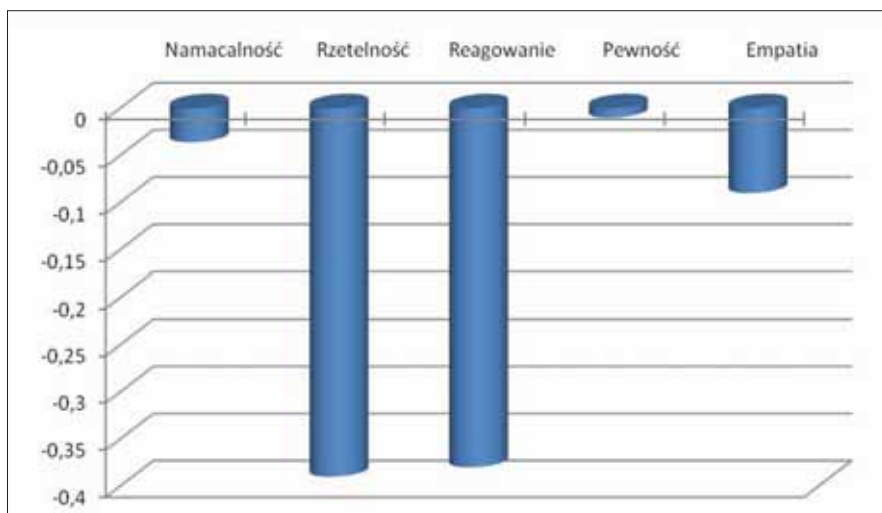
$$SQ_n = \frac{-28 - 1,22 - 2,33 - 0,33 - 1,15}{5} = -1,062 \quad [1]$$

$$SQ_w = \frac{-0,28 * 0,13 - 1,22 * 0,32 - 2,23 * 0,17 - 0,33 * 0,30 - 1,15 * 0,08}{5} = -0,997 \quad [2]$$

żony”, w którym bierze się pod uwagę wagi danych obszarów (tabela 1). Korzystnym zjawiskiem jest sytuacja, kiedy „ważony” jest większy, wówczas dostajemy informacje, że nisko oceniane aspekty usługi nie mają aż tak dużego znaczenia dla konsumenta [2].



Rys. 7. Ocena wymiarów: Servqual „nieważony”.  
Źródło: opracowanie własne.



Rys. 8. Ocena wymiarów: Servqual „ważony”.  
Źródło: opracowanie własne.

## Podsumowanie

Przeprowadzone badania rynku usług spedycyjnych, pozwalają wysnuć szereg wniosków.

38% respondentów miało jakiegokolwiek zastrzeżenia, co do poziomu świadczenia usług spedycyjnych, co można przełożyć na stwierdzenie, że średnio w co trzecim transporcie ładunku, występują pewne nieprawidłowości. Jednocześnie ankietowani zaznaczyli, że podczas wystąpienia ewentualnych komplikacji, działania dążące do ich usunięcia przez firmy spedycyjne, oceniane są bardzo nisko. Niemal każdy stwierdził brak elastyczności w działaniach korygujących. Warto jednak dodać, że mimo występowania nieprawidłowości, tylko 5% ankietowanych negatywnie oceniło poziom terminowości dostaw.

Wyniki badań wskazują, że problematyczną czynnością spedycyjną jest doradztwo spedycyjne. Z jednej strony, blisko 70% respondentów ocenia pozytywnie tę kwestię, ale z drugiej strony 30% niezadowolonych klientów to wielkość zdecydowanie za duża. Powodem tego może być fakt, że rynek spedycji w Polsce dopiero od niedawna jest ukierunkowany na klienta. Dodatni wpływ na to zjawisko ma rosnący napływ kapitału zagranicznego i już teraz około 60% przedsiębiorstw branży TSL to filie zagranicznych potentatów, u których strategia działania opiera się na orientacji na klienta.

<sup>7</sup> Wolniak R.: *Metody i narzędzia zarządzania jakością*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2008, s. 183.

Tab. 3. Porównanie metod badawczych.

| Metoda \ Czynniki | Skuteczność uzyskania informacji | Łatwość przeprowadzenia badań          | Rodzaj uzyskanych informacji                               |
|-------------------|----------------------------------|--|--|
| CSI               | duża                             | Badanie łatwe do przeprowadzenia       | Ogólne, o dużym stopniu odzwierciedlenia sytuacji rynkowej |
| Servqual          | średnia                          | Badanie dość trudne do przeprowadzenia | Stosunkowo ograniczone ze względu na szablony              |

Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowanie niepokojąco przedstawia się sytuacja związana z dokumentacją procesu. Ponad 50% firm źle ocenia sposób prowadzenia dokumentacji.

Spośród wszystkich aspektów usługi spedycyjnej, klienci najgorzej ocenili poziom ich cen. Tylko 9% ankietowanych stwierdziło, że kształtują się one na odpowiedniej wysokości. Za dobry wynik można uznać, że ponad 70% klientów praktycznie wcale nie ma do czynienia z uszkodzeniami ładunku.

Po przeprowadzonych badaniach dokonano również krótkiego porównania zastosowanych metod badawczych. Wnioski zostały zawarte w tabeli 3.

## BIBLIOGRAFIA

1. Czubała, A. Jonas, T. Smoleń, J. Wiktor: *Marketing usług*, Oficyna Ekonomiczna, Wolters Kluwer, Kraków 2006.
2. Dziadkowiec, J.: *Model zarządzania jakością usług*, Problemy Jakości 2007, nr 8, s. 21-25.
3. Kucińska A., Kołowski M.: *Zastosowanie metody Serperv do oceny zadowolenia klienta*, w: Komputerowo zintegrowane zarządzanie (red. R. Knosala), Opole 2009, s. 91-98.
4. Landrum H., Prybutok V., Kappelman L., Zhang X.: *Servqual: a parsimonious instrument to measure service quality and information system success*, Quality Management Journal 2008, nr 3.
5. Lisiecka, K.: *Kreowanie jakości: uwarunkowania, strategie, techniki*. Katowice 2002.
6. Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L.: *Reassessment of expectation as a comparison in measuring service quality. Implications for further research*, Journal of Marketing, 1994, nr 1.
7. Prussak W.: *Zarządzanie jakością. Wybrane elementy*, Poznań 2006.
8. Wolnowska A.: *Service quality evaluation in a service and trading company with the use of servqual method*, w: materiały Międzynarodowej Konferencji „Analiza i prognozowanie systemów zarządzania” St. Petersburg, Apr. 2009.
9. Dahlgard J., Kristensen K., Kanji G.: *Podstawy zarządzania jakością*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
10. Wolniak R.: *Metody i narzędzia zarządzania jakością*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2008, s. 182-183.