

## Jakość usług logistycznych – rozwiązania wykorzystywane w ostatniej mili przez firmy kurierskie<sup>3</sup>

Usługi logistyczne są obszarem zintegrowanym, związanym z przepływem towarów i informacji. Klient operatora logistycznego może liczyć na magazynowanie i obsługę zapasów, transportowanie i obsługę ładunku, badanie rynku i tworzenie marketingowego systemu informacji, finansowanie transakcji i obsługę bankową ubezpieczenia.

Sektor usług logistycznych rozwija się oraz zmienia pod wpływem wielu czynników. Kluczowe znaczenie ma przejście gospodarki z orientacji marketingowej *rynku sprzedawcy* do *rynku nabywcy*. Istotny jest nie tylko sam produkt, jego cena, ale również dostawa, obsługa logistyczna, jak i jej jakość.

Rynek firm kurierskich jest jednym z najbardziej dynamicznych w branży TSL. Głównym wyzwaniem dla tych przedsiębiorstw jest *ostatnia mila* - doręczanie przesyłek do klientów końcowych. Firmy kurierskie napotykały ciągły wzrost oczekiwań klienta oraz silną konkurencję, wobec tego inwestują w najnowsze technologie oraz zwracają szczególną uwagę na jakość świadczonych usług.

Celem artykułu jest przedstawienie teoretycznej charakterystyki pojęcia usługi logistycznej oraz praktycznych rozwiązań wykorzystywanych w tak zwanej ostatniej mili przez firmy kurierskie.

### Usługa logistyczna

Niezbędnym warunkiem zdefiniowania oraz określenia specyficznych cech usług logistycznych jest wyodrębnienie przedmiotów działalności usługowej (definicja i główne cechy usług). Usługi określić można jako *odrębną działalność dostarczającą określonych korzyści nabywcom, niekoniecznie związaną ze sprzedażą produktów lub innych usług. Do wytwarzania usług mogą być wykorzystywane dobra materialne, bez możliwości zmiany ich właściciela*<sup>4</sup>. Główne cechy usług to tak zwane 5N usług: niematerialność, nietrwałość, nierozdzielność, niejednorodność oraz niemożność nabycia na własność<sup>5</sup>.

Usługa logistyczna to *zorganizowanie przez wyspecjalizowaną firmę transportu i magazynowania towarów wraz z pełną obsługą for-*

*malno-prawną, w tym celną*<sup>6</sup>. Ogólnie usługę logistyczną nazwać można wykonywaniem – w oparciu o umowę – czynności, które polegają na realizacji przez usługodawcę na rzecz zleceniodawcy jednej, bądź wielu funkcji logistycznych.

Według literatury przedmiotu, elementami usługi logistycznej są: transport (zespół działań związanych z przemieszczaniem dóbr materialnych oraz osób przy użyciu odpowiednich środków), spedycja (organizacja przewozu ładunków i wykonywanie czynności z tym związanych), logistyka (zarządzanie procesami przemieszczania dóbr lub/i osób oraz działaniami, które wspierają te procesy) i usługi dodatkowe (na przykład etykietowanie, dodawanie instrukcji, kart gwarancyjnych do towarów)<sup>7</sup>.

Sferę usług logistycznych i przedsiębiorstwa, które je wykonuje, określa się jako sektor TSL (transport, spedycja, logistyka). Uogólniając można stwierdzić, iż transport jest częścią logistyki, odnosząc się do przemieszczania towarów, spedycja natomiast to rozbudowana usługa, w ramach której występuje między innymi uzupełnienie przewozu o niezbędną dokumentację, ubezpieczenie ładunku, wybór ładunku z uwagi na jego cechy, koszty. Zadaniem transportu oraz spedycji jest dotrzymanie zadeklarowanego poziomu obsługi, a zadaniem logistyki jest jego optymalizacja z punktu przyjętego kryterium. Rolą usługi transportowej oraz usługi spedycyjnej jest dostarczenie nieuszkodzonego towaru we wskazane miejsce w określonym czasie. Natomiast poprzez usługę logistyczną odbiorca ma otrzymać zamówiony towar w wymaganej ilości oraz jakości, a czynności związane z kompletacją, pakowaniem, magazynowaniem, mają zostać wykonywane między innymi po najniższych kosztach<sup>8</sup>. Rysunek 1 przedstawia relację między rodzajem usługi logistycznej a poziomem obsługi.

Ze względu na coraz bardziej skomplikowany zakres oraz poziom świadczonych usług, klasyfikacja usług logistycznych jest trudna. E. Gołemska dzieli usługi logistyczne na magazynowanie i obsługę zapasów (na przykład składowanie towarów, obsługa rampy magazynu, pakowanie), transportowanie i obsługę ładunku (na przykład przewóz ładunków, planowanie tras przewozu), badanie rynku i tworzenie marketingowego systemu informacji (prognozy popytu, promocja, reklama, badanie ryn-

<sup>1</sup> Dr Anita Fajczak-Kowalska – Politechnika Łódzka, Wydział Fizyki Technicznej, Informatyki i Matematyki Stosowanej, Instytut Informatyki, Kolegium Logistyki.

<sup>2</sup> Mgr Magdalena Kowalska – Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Studenckie Koło Naukowe Wspomagania Decyzji Gospodarczych OPTTEAM.

<sup>3</sup> Artykuł recenzowany.

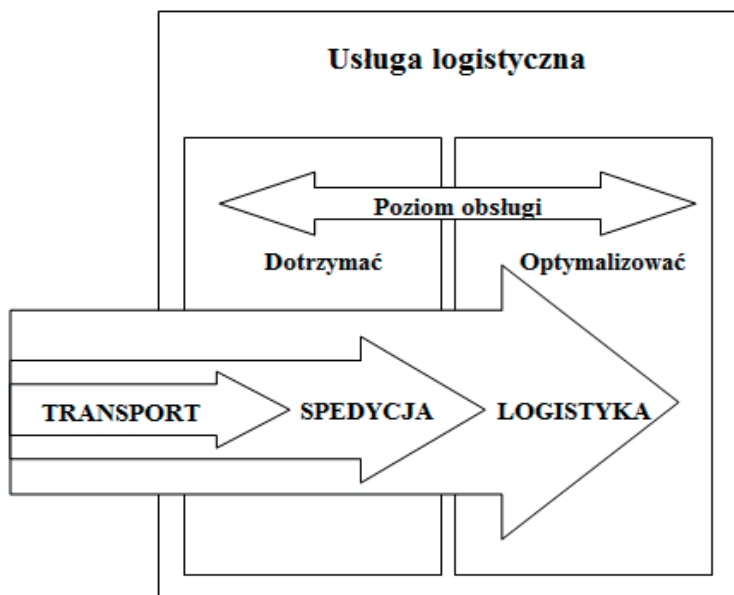
<sup>4</sup> Rydzkowski W. (red.), *Usługi logistyczne. Teoria i praktyka*, ILiM, Poznań, 2011, s. 9.

<sup>5</sup> Flejterski S., Panasiuk A., Perenc J., Rosa G., *Współczesna ekonomika usług*, PWN, Warszawa, 2005, s. 42.

<sup>6</sup> Kopeć K., Funkcjonowanie rynku usług logistycznych w Polsce, <http://www.univer.km.ua/visnyk/1394.pdf> (dostęp: 24.03.2017).

<sup>7</sup> Jeszka A., *Sektor usług logistycznych w teorii i praktyce*, Difin, Warszawa, 2013, s. 57-60.

<sup>8</sup> Rydzkowski W. (red.), *Usługi logistyczne. Teoria i praktyka*, ILiM, Poznań, 2011, s. 12-13.



Rys. 1 Relacja między rodzajem usługi logistycznej a poziomem obsługi.  
 Źródło: Rydzkowski W.(red.), *Usługi logistyczne. Teoria i praktyka*, ILiM, Poznań 2011, s.13.

ku), finansowanie transakcji i obsługę bankową ubezpieczenia (umowy leasingowe, audyt, ubezpieczenia ładunku)<sup>9</sup>.

Niezwykle istotnym i nieodłącznym elementem rynku usług logistycznych są usługi kurierskie. Pojęcie usług kurierskich czyli *usług nie mających charakteru powszechnego, polegających na zarobkowym, przyspieszonym przewozie i doręczaniu w gwarantowanym terminie przesyłek*<sup>10</sup> rozwinięte zostanie w dalszej części artykułu.

Według A. Harrisona i R. Hoeka, jakość obsługi logistycznej klienta ma fundamentalne znaczenie dla osiągnięcia długotrwałego sukcesu rynkowego. Wynika to z faktu, iż jakość obsługi jest trudna do zmierzenia oraz podrobienia przez konkurencyjne przedsiębiorstwa<sup>11</sup>. Do najważniejszych wyznaczników efektywności i skuteczności świadczenia usług logistycznych zaliczyć można:

- dogodność obsługi klienta
- czas realizacji zamówienia
- elastyczność dostaw
- elastyczność i kompleksowość obsługi
- niezawodność dostaw
- obsługę zwrotów towarowych<sup>12</sup>.

## Rozwiązania wykorzystywane przez firmy kurierskie

Usługi kurierskie należą do najszybciej rozwijających się w sektorze TSL. Przedsiębiorstwa kurierskie inwestują w najnowsze technologie, szczególną uwagę przywiązując

również do poprawy jakości obsługi klienta. Usługa kurierska polega na *odebraniu przesyłki od nadawcy przez kuriera i dostarczeniu jej bezpośrednio do odbiorcy przez tę samą firmę kurierską, z pominięciem usługi terminalowej*<sup>13</sup>. Częścią podstawową usługi kurierskiej jest doręczenie przesyłki *door to door* z określonym czasem jej dotarcia do konkretnego odbiorcy. Do elementów dodatkowych, które uzupełniają usługę podstawową, zaliczyć można: pobieranie należności za towar, odbiór przesyłki bezpośrednio od nadawcy, realizowanie przesyłek zwrotnych, składanie zamówienia i śledzenie przesyłki poprzez stronę internetową, kompletowanie przesyłek, ubezpieczenie przesyłek, potwierdzenie dostarczenia przesyłki.

Silna konkurencja, ciągły wzrost oczekiwań klienta są codziennością dla przedsiębiorstw kurierskich. Firmy te szczególnie nacisk kładą na jakość świadczonych usług. Za najważniejsze elementy świadczące o poziomie oferowanej usługi uważa się:

- niezawodność – poprawność realizacji zamówienia
- czas dostawy – czas, który upływa od złożenia zamówienia do przekazania kurierowi przesyłki
- wygoda – skłonność przedsiębiorstwa do spełnienia dodatkowych wymagań klienta (sposób pakowania, wybór środka transportu)
- komunikacja – dialog między firmą świadczącą usługę, a jej nabywcą (umożliwienie kontroli realizacji zamówienia, wzajemne przekazywanie informacji o zakłóceniach, zmianach)<sup>14</sup>.

Zmiany w funkcjonowaniu rynku i wpływ konkurencji spowodowały wykształcenie się konkretnej specyfikacji usług kurierskich. Pojawił się system dostaw nastawiony na dostarczanie przesyłek w maksymalnie skróconym czasie, niezależnie od odległości.

Głównym wyzwaniem dla przedsiębiorstw kurierskich jest *ostatnia mila* – doręczanie przesyłek do klientów końcowych. Dostarczenie towaru do odbiorcy finalnego to jeden z najważniejszych oraz najbardziej kosztownych etapów procesu logistycznego. Wraz z rozwojem sprzedaży internetowej wzrosła ilość dostaw do odbiorców prywatnych, co wiąże się ze spadkiem skuteczności dostarczania przesyłki (osoby prywatne trudno zastać w godzinach pracy kuriera). Operatorzy logistyczni starają się wyjść naprzeciw oczekiwaniom klientów końcowych proponując szereg narzędzi. Do najpopularniejszych zaliczyć można:

<sup>9</sup> Biesok G. (red.), *Logistyka usług*, CeDeWu, Warszawa, 2013, s. 40-41.

<sup>10</sup> Marcysiak A, Pieniak-Lendzion K., Lendzion M., Usługi kurierskie na rynku usług logistycznych w Polsce, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach”, Seria: Administracja i Zarządzanie, nr 96, Siedlce, 2013, s. 30.

<sup>11</sup> Harrison A., Hoek R., *Zarządzanie logistyką*, PWE, Warszawa, 2010, s. 20.

<sup>12</sup> Zimon D., *Zarządzanie jakością w logistyce*, CeDeWu, Warszawa, 2013, s. 88.

<sup>13</sup> Rydzkowski W. (red.), *Usługi logistyczne*, ILiM, Poznań, 2004, s. 71.

<sup>14</sup> Romanow P., Strategie transportowe operatorów z branży TSL w łańcuchach dostaw, „Logistyka”, nr 2/2008, s. 34.

<sup>15</sup> Klecha M., Mila Prawdy, „Top Logistyk”, nr 6/2015, <http://www.logistyczny.com/wydawnictwa/top-logistyk/top-logistyk-2015/item/688-top-logistyk-6-2015?showItem=629> (dostęp:24.03.2017).

- system proaktywnych powiadomień o statusie przesyłki oraz planowanych terminach dostaw
- aplikacje umożliwiające klientowi zmianę parametrów doręczenia takich, jak czas, miejsce i forma doręczenia
- sieć automatycznych lub obsługiwanych przez personel punktów odbioru przesyłek w dogodnych lokalizacjach<sup>15</sup>.

Przykładem jednej z najnowszych usług firmy kurierskiej DPD Polska jest *Predict e-mail* oraz *Pickup*. *Predict e-mail* jest usługą, która polega na interaktywnym powiadamianiu o terminie doręczenia przesyłki wraz z informacjami dodatkowymi: precyzyjny przedział czasu dostawy, imię kuriera, możliwość zmiany daty przyjazdu kuriera i numer telefonu do niego<sup>16</sup>. Usługa *Pickup* to system miejskich punktów nadań i odbiorów przesyłek. Pozwala on klientom firmowym zoptymalizować wysyłanie i odbiór paczek, a klientom indywidualnym korzystać z usług kurierskich w swoim najbliższym sąsiedztwie i w najdogodniejszym momencie – na przykład po drodze z pracy lub przy okazji zakupów<sup>17</sup>.

Inny z wiodących dostawców usług kurierskich w Polsce, GLS Poland, od 2011 roku systematycznie rozbudowuje sieć punktów *ParcelShop*. Placówki te pełnią funkcję alternatywnych adresów doręczeń w sytuacji niezastania w domu odbiorcy. O próbie doręczenia oraz miejscu, w którym znajduje się przesyłka, odbiorca informowany jest za pomocą pozostawionego przez kuriera awiza. Przesyłki oczekują na odbiór przez okres dziewięciu dni. Obecnie w Polsce znajduje się około 1500 punktów *ParcelShop*<sup>18</sup>.

Ostatnia mila koncentruje również uwagę firmy UPS. Przedsiębiorstwo wprowadziło Polskę i w Europie sieć *UPS Access Point* i usługę *UPS My Choice*. *UPS Access Point* umożliwia lepszą obsługę klientów, oferując alternatywne punkty dostawy, takie jak sklep, kawiarnia czy księgarnia. W Polsce znajduje się ponad 1000 alternatywnych punktów odbioru. W 2014 roku firma UPS uruchomiła w 12 krajach Europy (w tym Polsce), usługę *UPS My Choice*, ułatwiającą zarządzanie przesyłką. *UPS My Choice* to wirtualna platforma, która pozwala konsumentom dostosowywać opcje doręczenia przesyłki do ich indywidualnych potrzeb (od wyboru alternatywnego miejsca i czasu dostarczenia, po wstrzymanie dostawy lub zwrot do nadawcy)<sup>19</sup>.

## Wnioski

Sektor usług logistycznych rozwija się oraz zmienia pod wpływem wielu czynników. Niezwykle istotnym i nieodłącznym elementem rynku usług logistycznych są usługi kurierskie, które należą do najszybciej rozwijających się w sektorze TSL. Przedsiębiorstwa kurierskie inwestują w najnowsze technologie, szczególną uwagę przywiązując również do jakości obsługi klienta.

Jednym z wyzwań przedsiębiorstw kurierskich jest ostatnia mila – doręczanie przesyłek do klientów końcowych. Operatorzy logistyczni starają się wyjść naprzeciw oczekiwaniom klientów końcowych proponując szereg narzędzi. Działające na polskim rynku przedsiębiorstwa oferują usługi, takie jak: *Predict e-mail*, *Pickup*, *UPS Access Point*, *UPS My Choice*, *ParcelShop*, które między innymi powiadamiają klienta o statusie przesyłki i planowanych terminach dostaw, umożliwiając klientowi zmianę parametrów doręczenia (czas, miejsce i forma doręczenia), umożliwiając odbiór przesyłek w dogodnych lokalizacjach.

Przedsiębiorstwa kurierskie stale pracują nad poprawą jakości doręczeń. W najbliższym czasie z pewnością możemy spodziewać się nowych rozwiązań wykorzystywanych w *ostatniej mili*.

## Streszczenie

Na jakość usług logistycznych bezsprzecznie ma wpływ wiele różnorodnych czynników. Firmy kurierskie napotykają ciągły wzrost oczekiwań klienta oraz silną konkurencję. Przedsiębiorstwa te są jednymi z najbardziej dynamicznych w branży TSL. Ich głównym wyzwaniem jest *ostatnia mila*. Działające na polskim rynku przedsiębiorstwa oferują usługi, takie jak na przykład: *Predict e-mail*, *Pickup*, *UPS Access Point*, *UPS My Choice*, *ParcelShop*, które wychodzą naprzeciw oczekiwaniom klienta. Celem artykułu jest przedstawienie teoretycznej charakterystyki pojęcia usługi logistycznej oraz praktycznych rozwiązań wykorzystywanych w tak zwanej ostatniej mili przez firmy kurierskie.

## Quality of logistic services - solutions used in the last mile by courier companies

### Abstract

The quality of logistics services is undoubtedly influenced by many different factors. Courier companies are faced with a continuous increase in customer expectations and strong competition. These companies are one of the most dynamic in the TSL industry. Their main challenge is the last mile. Companies operating on the Polish market offer services such as: *Predict e-mail*, *Pickup*, *UPS Access Point*, *UPS My Choice*, *ParcelShop*, which meet the expectations of the customer. The aim of the article is to present theoretical characteristics of the concept of logistic service and practical solutions used in the so-called last mile by courier companies.

<sup>16</sup> Usługa *Predict*, <https://www.dpd.com.pl/klienci-biznesowi/Produkty-i-uslugi/Predict> (dostęp: 24.03.2017).

<sup>17</sup> <https://www.dpd.com.pl/> (dostęp: 24.03.2017)

<sup>18</sup> Sieć *ParcelShop*, <https://gls-group.eu/PL/pl/okazjonalne-nadawanie-paczek/siec-parcelshop> (dostęp: 24.03.2017).

<sup>19</sup> Ekiert S., *Finisz na ostatniej mili*, <http://www.logistyczny.com/wydawnictwa/wydawnictwa-artykuly/item/694-finisz-na-ostatniej-mili> (dostęp: 24.03.2017).

## LITERATURA/BIBLIOGRAPHY

- [1.] Biesok G. (red.), *Logistyka usług*, CeDeWu, Warszawa, 2013.
- [2.] DPD, <https://www.dpd.com.pl/> (dostęp: 24.03.2017).
- [3.] Ekiert S., Finisz na ostatniej mili, <http://www.logistyczny.com/wydawnictwa/wydawnictwa-artykuly/item/694-finisz-na-ostatniej-mili> (dostęp: 24.03.2017).
- [4.] Flejterski S., Panasiuk A., Perenc J., Rosa G., *Współczesna ekonomika usług*, PWN, Warszawa, 2005.
- [5.] Harrison A., Hoek R., *Zarządzanie logistyką*, PWE, Warszawa, 2010.
- [6.] Jeszka A., *Sektor usług logistycznych w teorii i praktyce*, Difin, Warszawa, 2013.
- [7.] Klecha M., Mila Prawdy, „Top Logistyk”, nr 6/2015, <http://www.logistyczny.com/wydawnictwa/top-logistyk/top-logistyk-2015/item/688-top-logistyk-6-2015?showItem=629> (dostęp: 24.03.2017).
- [8.] Kopec K., Funkcjonowanie rynku usług logistycznych w Polsce, <http://www.univer.km.ua/vi-snyk/1394.pdf> (dostęp: 24.03.2017).
- [9.] Marcysiak A., Pieniak-Lendzion K., Lendzion M., Usługi kurierskie na rynku usług logistycznych w Polsce, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach”, Seria: Administracja i Zarządzanie, nr 96, Siedlce, 2013.
- [10.] Romanow P., Strategie transportowe operatorów z branży TSL w łańcuchach dostaw, „Logistyka”, nr 2/2008.
- [11.] Rydzkowski W. (red.), *Usługi logistyczne*, ILiM, Poznań, 2004.
- [12.] Rydzkowski W. (red.), *Usługi logistyczne. Teoria i praktyka*, ILiM, Poznań, 2011.
- [13.] Sieć ParcelShop, <https://gls-group.eu/PL/pl/okazjonalne-nadawanie-paczek/siec-parcelshop> (dostęp: 24.03.2017).
- [14.] Usługa Predict, <https://www.dpd.com.pl/klienci-biznesowi/Produkty-i-uslugi/Predict> (dostęp: 24.03.2017).
- [15.] Zimon D., *Zarządzanie jakością w logistyce*, CeDeWu, Warszawa, 2013.