

Monika KOZERSKA¹

POMIAR POZIOMU ZGODNOŚCI PERCEPCJI OPERATORÓW LOGISTYCZNYCH I ICH KLIENTÓW ZA POMOCĄ METODY SERVQUAL

Metoda SERVQUAL uznawana jest za najpopularniejszy sposób badania rozbieżności między poziomem świadczonych usług a oczekiwaniami klientów. W literaturze przedmiotu metoda ta uznawana jest jako uniwersalne narzędzie przeznaczone do badania postrzeganej jakości wszystkich rodzajów usług. Jest prostą, wielostopniową skalą za pomocą której można dokonać pomiaru jakości usług z punktu widzenia klienta, uzyskując wiele wskazówek, co do kierunku poprawy jakości. Autorzy tej metody przyjęli założenie, że jakość usługi określana jest przez rozbieżności pomiędzy percepcją konsumenta, a jego oczekiwaniami wobec usługi.

Praktyczne zastosowanie metody Servqual zostanie zaprezentowane na przykładzie badań przeprowadzonych wśród operatorów logistycznych i usługobiorców – 60 firm. Przeprowadzone badania miały na celu zebranie informacji, czy świadczone przez operatorów logistycznych usługi satysfakcjonują firmy korzystające z ich usług. Badania pozwoliły na określenie stopnia satysfakcji klientów z poziomu jakości świadczonych usług oraz pozwoliły wyodrębnić najważniejsze, z punktu widzenia usługobiorców, cechy usług, którymi wyróżnia się operator logistyczny.

MEASURE OF LEVEL AGREEMENT PERCEPTION LOGISTICS OPERATORS AND CUSTOMERS BY USING SERVQUAL METHOD

Servqual method is recognized as the most popular way of variance measure between supplied services degree and customer expectations. It is simple and multi-stage scale by which quality of services from customer point of view can be measured, getting a lot of indications in the direction of quality improvement. Authors of this method assumed that quality of service is described by variance between customer perception and what the service give to customer. Practical usage of Servqual method will be presented by the an example of researches on logistics operator and customers-60 firms. Researches was collected to get the information if customers are satisfied by services provided by logistics operators.

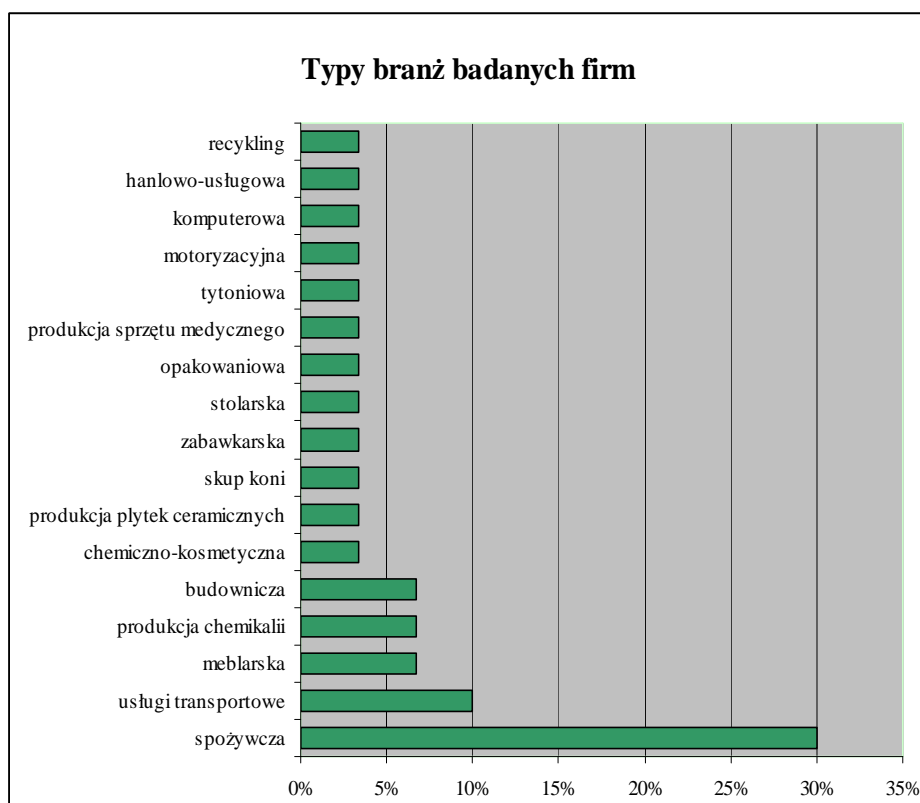
¹ Monika Kozerska, dr inż. Politechnika Częstochowska Wydział Zarządzania, Instytut Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego, ul. Armii Krajowej 19b, 42-200 Częstochowa, chiaro@wp.pl

1. WSTĘP

1.1 Charakterystyka badanej próby

Próba badawcza obejmowała 60 przedsiębiorstw funkcjonujących na terenie południowego regionu Polski. Firmy te zostały wybrane arbitralnie, biorąc pod uwagę wielkość badanych przedsiębiorstw, oraz to że prowadzą raporty i sprawozdania z danych potrzebnych do wypełnienia kwestionariusza ankiety. Badanie przeprowadzono w 2007 roku, a dotyczyło lat 2006-2007. W badanej grupie było 30 firm usługodawców-operatorów logistycznego, zarejestrowanych w Polsce jako firmy sektora transportowo-spedycyjno-logistycznego (TSL) oraz 30 firm, korzystających z ich usług z różnych branż. Dominowała branża spożywcza, która stanowiła 30% badanej próby. Na kolejnych miejscach znalazły się przedsiębiorstwa z branży usług transportowych – 10%, z branży meblarskiej 6,67%, budowniczey – 6,67% produkcyjnej: chemikalia – 6,67%, płytki ceramiczne – 3,33%, opakowania - 3,33%, sprzęt medyczny – 3,33% oraz kilku innych branż.

Rysunek 1 przedstawia graficzną strukturę próby badawczej ze względu na rodzaj prowadzonej działalności gospodarczej.



Rys. 1. Odsetek firm-klientów z różnych branż

Źródło: opracowanie własne

2. WYKORZYSTANIE METODY SERVQUAL

W celu wykonania badań skorzystano z pomiarów pierwotnych, sondażowych, pośrednich w formie ankiety (narzędziem badawczym był kwestionariusz ankietowy). Kwestionariusz ankietowy składał się z dwóch części. Część pierwsza zawierała pytania dotyczące cech, jakimi powinna odznaczać się usługa związana z zapewnieniem satysfakcji klientom-firmom, korzystającym z usług operatorów logistycznych. Należało za pomocą skali Likerta 1-7 punktów przyporządkować daną ilość punktów według ich ważności. Jeśli dana cecha była w ogóle nie ważna dla doskonałej firmy należało zaznaczyć cyfrę 1, natomiast jeśli dana cecha była wyjątkowo ważna należało zaznaczyć 7. W drugiej części oceniono istotność pięciu cech charakterystycznych dla operatorów logistycznych. Należało rozdzielić sumę 100 punktów pomiędzy pięć wymienionych cech, zgodnie z ich ważnością. W badaniu wzięło udział 60 firm: 30 usługodawców i 30 usługobiorców. Respondenci (firmy) wyrażali swoje oczekiwania oraz oceny (w skali siedmiostopniowej, gdzie 7 to ocena najwyższa) w stosunku do dziewiętnastu wyróżników jakości pogrupowanych w trzech kryteriach jakości. Kryteria i wyróżniki jakości zostały przedstawione w tabeli 1. Są to zasadnicze kryteria, które uwzględniłam w ankiecie przy ocenie jakości usług logistycznych. Zestaw ten może być modyfikowany i uzupełniany o odrębne kryteria oceny usług w zależności od potrzeb.

Tab. 1. Kryteria i wyróżniki jakości

Kryteria jakości	Wyróżniki jakości
Usługa – ogólna jakość usługi	<ul style="list-style-type: none"> - dotrzymanie określonych terminów - usługa wykonana właściwie już za pierwszym razem - wolna od błędów dokumentacja - dobry przepływ informacji pomiędzy usługodawcą a usługobiorcą - przewóz przesyłek w stanie nieuszkodzonym - kompleksowość usługi (szeroki zakres oferty)
Obsługa klienta – ogólna jakość obsługi	<ul style="list-style-type: none"> - życzliwość, uprzejmość - kompetencja, fachowość - zrozumienie - wygląd - dostępność, elastyczność - szybka reakcja na prośby klientów - szczerze zainteresowanie rozwiązaniem problemu klienta - reklamacje - uszkodzenia
Wiarygodność firmy – ogólna wiarygodność	<ul style="list-style-type: none"> - rekomendacje innych klientów - wiarygodność finansowa - czas działania firmy na rynku - wiarygodność kadry zarządzającej

Źródło: *opracowanie własne*

Badania przeprowadzone metodą Servqual, mogą być analizowane w trzech płaszczyznach [1]:

- oczekiwań (co pozwala na wyłonienie najistotniejszych dla klientów kryteriów oraz wyróżników jakości);

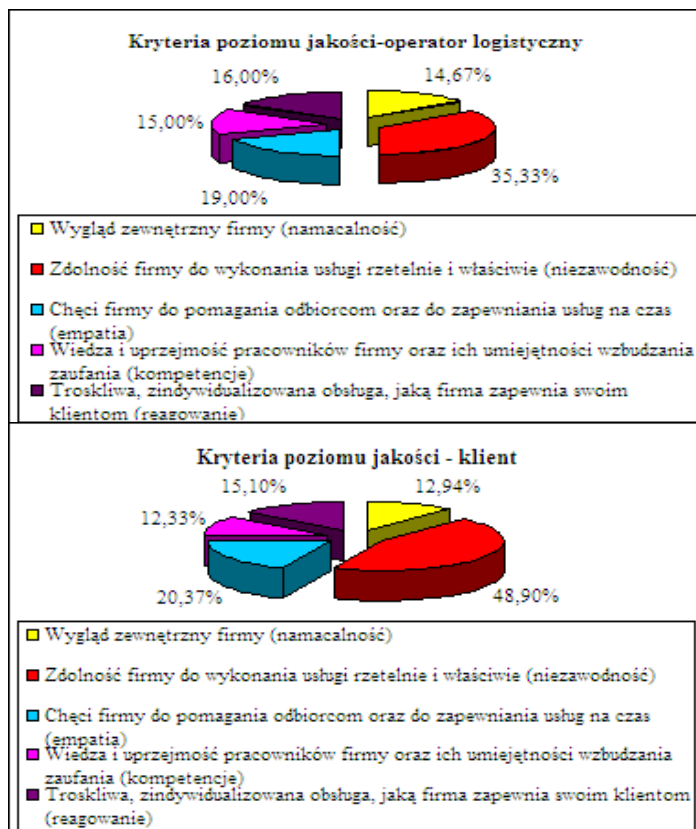
- ocen (co pozwala na wyłonienie tych elementów, które są oceniane najwyżej – bez względu na poziom oczekiwań);
- różnicy między oczekiwaniami a ocenami (co pozwala na wyłonienie tych wyróżników i kryteriów jakości, które są najbardziej zbliżone do ideału, czyli do oczekiwań, oraz tych, które stanowią najsłabszy element oferty usługowej).

Wymienione na rysunkach poniżej kryteria oceniono pod względem ich istotności z punktu widzenia operatorów logistycznych oraz ich klientów. Pięć cech charakterystycznych dla operatorów logistycznych to:

1. Wygląd zewnętrzny firmy (namacalność)
2. Zdolność firmy do wykonania usługi rzetelnie i właściwie (niezawodność)
3. Chęci firmy do pomagania odbiorcom oraz do zapewniania usług na czas (empatia)
4. Wiedza i uprzejmość pracowników firmy oraz ich umiejętności wzbudzania zaufania (kompetencje)
5. Troskliwa, zindywidualizowana obsługa, jaką firma zapewnia swoim klientom (reagowanie)

Zgodnie z zasadami w IV części należało rozdzielić sumę 100 punktów pomiędzy te pięć cech zgodnie z ich ważnością z punktu widzenia usługodawcy i usługobiorcy (rys. 2).

Zdobycie lub utrzymanie przewagi rynkowej to dla firm działających na rynku kwestia kluczowa. Każda firma staje przed pytaniem: jak utrzymać lub zdobyć przewagę rynkową. Wyróżnianie się, budowanie swej unikalności jest najlepszą opcją strategiczną, ale powinna się ona zaznaczać nie tylko w jednej sferze widocznej dla klienta lecz w wielu różnych sferach, np. w usłudze, w obsłudze klienta czy w wyborze rynków.



Rys. 2. Kryteria jakości usług z punktu widzenia operatora logistycznego oraz z punktu widzenia klienta

Źródło: opracowanie własne

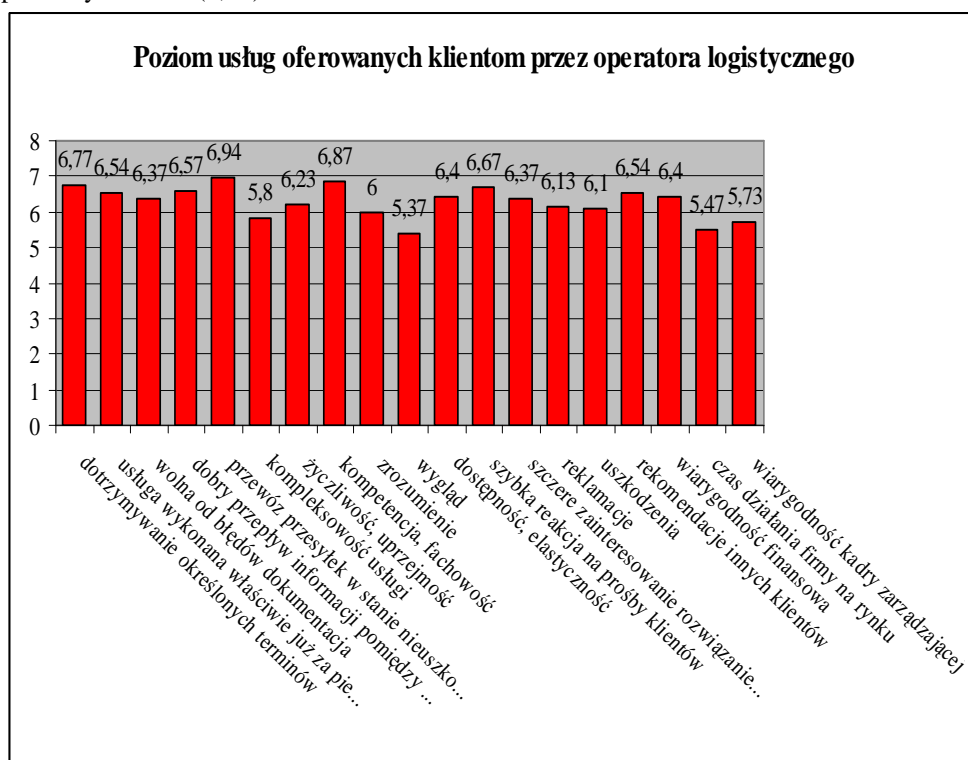
3. WYNIKI PRZEPROWADZONYCH BADAŃ

Jak wynika z przeprowadzonych badań i ich wyników zilustrowanych na rysunku 2 kryterium dotyczące wyglądu zewnętrznego firmy w stosunku do innych nie jest aż tak ważne, jak mogłoby się wydawać. Z punktu widzenia klienta to 12,94%. Natomiast operatorzy logistyczni równie nisko ocenili to kryterium – 14,67%. Analizując wyniki przeprowadzonych badań okazuje się, że zupełnie inne kryteria są ważne dla klientów i operatorów logistycznych. Klienci jak i usługodawcy wysoko ocenili niezawodność (48,9% i 35,33%) – zdolność firmy do wykonania usługi solidnie; empatię (20,37% i 19%) – czyli chęć do pomagania odbiorcom oraz zapewnienie usługi na czas; oraz reagowanie (15,10% i 16%) – czyli indywidualne podejście do każdego klienta. Niezmiennie wiąże się to z zapewnieniem dostępności towarów odbiorcom, terminowości i niezawodności dostaw. Ważna jest również wysoka jakość oferowanych usług logistycznych, bezpieczeństwo oraz stabilność, elastyczność, szybkość w reagowaniu na zmiany rynkowe oraz możliwość przeprojektowania całego łańcucha dostaw w jak najkrótszym czasie.

Problem zobrazowany na rysunkach od 3 do 5 dotyczy wyników kształtowania się oczekiwań i ocen dla poszczególnych wyróżników jakości oraz wielkość luki między tymi wartościami.

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że klienci operatorów logistycznych najgorzej oceniają (największa luka między oczekiwaniami a oceną): rekomendacje innych klientów (odchylenie 0,91), oznacza to, że rekomendacja wyboru danego usługodawcy przez jego klienta nie ma znaczenia dla firmy poszukującej dla siebie operatora logistycznego, jest to mało istotne; oraz szczerze zainteresowanie rozwiązaniem problemu klienta (0,67). Również nisko zostały ocenione następujące kwestie: wygląd firmy (0,64) oraz czas działania firmy na rynku (0,6).

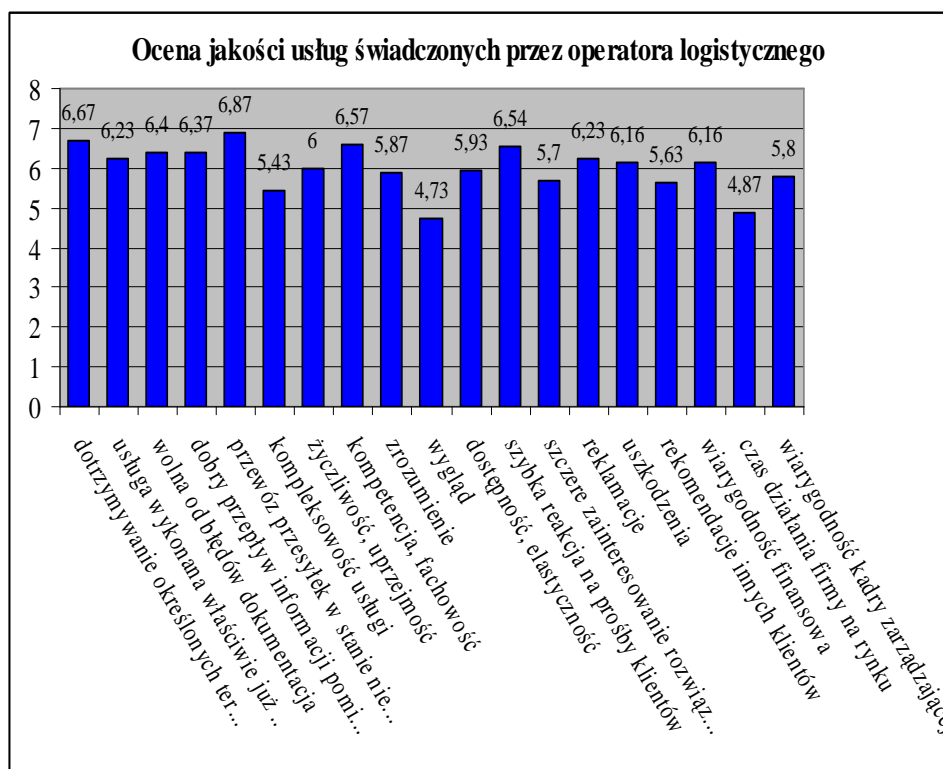
Klienci najwyżej ocenili takie cechy jak (najmniejsza luka między oczekiwaniami a oceną): uszkodzenia (0,02), wolna od błędów dokumentacja (0,03), przewóz przesyłek w stanie nieuszkodzonym (0,07), wiarygodność kadry zarządzającej (0,07), dotrzymywanie określonych terminów (0,1), reklamacje (0,1), oraz zrozumienie klienta (0,13) i szybka reakcja na prośby klientów (0,13). Stosunkowo wysoko zostały ocenione także takie kryteria jak: dobry przepływ informacji pomiędzy usługodawcą a usługobiorcą (0,2), życzliwość, uprzejmość w stosunku do klienta (0,23), wiarygodność finansowa firmy (0,24) oraz kompetencja i fachowość firmy (0,3) jak również usługa wykonana właściwie już za pierwszym razem (0,31).



Rys. 3. Poziom oczekiwań firm-klientów

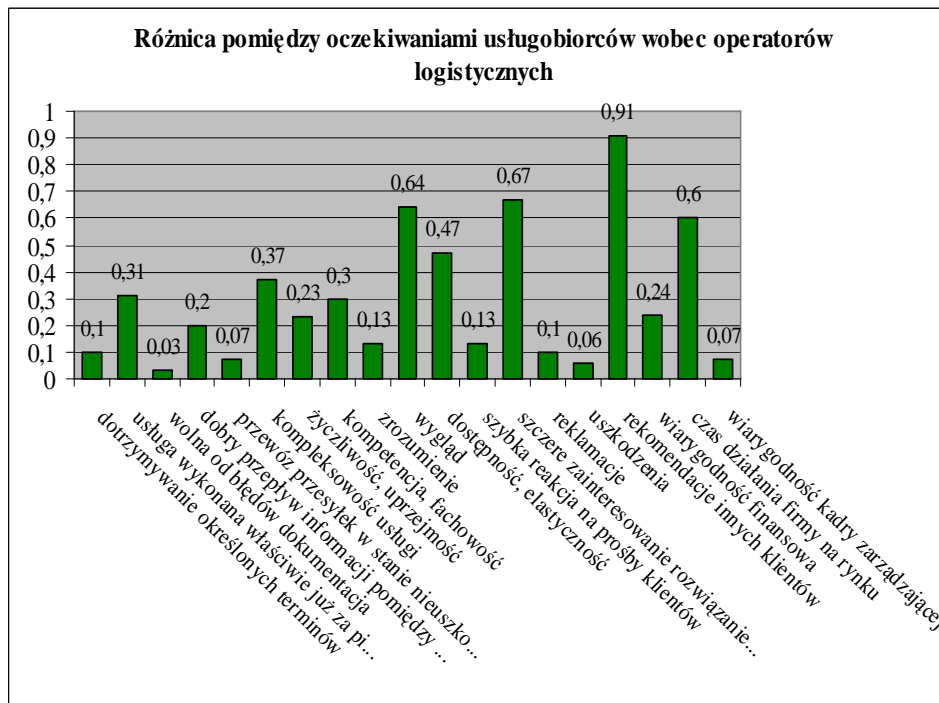
Źródło: opracowanie własne

Ze względu na integracyjną rolę, jaką pełni operator logistyczny w łańcuchach dostaw, spora jest różnorodność stosowanych przez niego systemów informacyjnych. W zasadzie wszystkie obszary działalności wspierane są systemami informatycznymi. Są to zarówno zaawansowane systemy do śledzenia drogi przesyłki na poziomie Polski, Europy i świata, jak i systemy identyfikacji przesyłek wykorzystujące technologię kodów kreskowych. Ważną rolę odgrywają technologia EDI, służąca głównie integracji procesów biznesowych z partnerami, oraz gotowe systemy oferowane klientom, wspierające procesy przygotowania zlecenia logistycznego i dokumentacji transportowej. Firmy z branży usług logistycznych biorą aktywny udział i wspierają projekty w zakresie najnowszych technologii informacyjnych.



Rys. 4. Ocena usług świadczonych przez operatorów logistycznych

Źródło: opracowanie własne



Rys. 5. Różnica pomiędzy oczekiwaniami usługobiorców wobec operatorów logistycznych
Źródło: opracowanie własne

Niezmiernie istotne w procesie przeprowadzonych przeze mnie badań było określenie następujących celów z punktu widzenia klienta-usługobiorcy:

- zbadanie postrzegania operatorów logistycznych przez odbiorców ich usług,
- ocena w jakim stopniu operatorzy logistyczni spełniają oczekiwania klientów,
- zbadanie poziomu satysfakcji klientów ze współpracy z operatorami logistycznymi,
- poznanie głównych wyznaczników satysfakcji oraz niezadowolenia klientów,
- określenie obszarów, gdzie firma może zwiększyć swoją pozycję wobec konkurencji,
- dokładne sformułowanie oczekiwań klientów,
- wyznaczenie najistotniejszych dla klientów elementów obsługi,
- zdefiniowanie stopnia istotności poszczególnych kryteriów wpływających na ocenę usługi,
- ujęcie słabych i silnych stron operatorów logistycznych w zakresie obsługi przy szczególnym uwzględnieniu obszarów, które wymagają poprawy.

W drodze analizy określono również te same cele z punktu widzenia operatora logistycznego, który z własnego punktu widzenia oceniał wymienione wyżej czynniki.

Jak wynika z przeprowadzonych badań największa rozbieżność pomiędzy opiniami operatorów logistycznych i ich klientów występuje przy kryterium dotyczącym rekomendacji innych klientów. Okazuje się, że nie jest to ważny czynnik przy wyborze operatora logistycznego. Innym kryterium z dużą rozbieżnością jest wygląd, czyli

wizerunek firmy. Z przeprowadzonych przez autorkę badań wynika, że jest to kolejne, mało ważne kryterium. Okazuje się, iż z badań przeprowadzonych przez Data Group Consulting i opublikowanych w czasopiśmie Eurologistics 6/2007 wynika, że „firma bez wyraźnego wizerunku, (...) właściwie nie istnieje w świadomości klientów. (...) Należałoby się zastanowić, czy brak wyraźnego wizerunku może ograniczać szanse firmy w rywalizacji rynkowej i czy nie jest bezpośrednią przyczyną słabych ocen uzyskiwanych w badaniach satysfakcji klienta”[2]. Przeprowadzona przez autorkę próba badawcza nie potwierdza stwierdzenia, że bez wyraźnego wizerunku firma nie istnieje w świadomości klientów. Nie jest to również przyczyną słabych ocen uzyskiwanych w badaniach. Respondenci nie przywiązali dużej wagi do tego właśnie kryterium, oceniając je nisko w skali Likerta. Należałoby zastanowić się czy taka rozbieżność ma wpływ na kształtowanie łańcucha dostaw. Analizując dalej wyniki badań należy wymienić kilka kryteriów m.in. dotrzymywanie określonych terminów, wolna od błędów dokumentacja, dobry przepływ informacji pomiędzy usługodawcą a usługobiorcą czy przewóz przesyłek w stanie nieuszkodzonym, które są kryteriami bardzo ważnymi i dobrze wpływają na funkcjonowanie łańcuchów dostaw. Te wnioski z moich badań nie wzbudzają zdziwienia, ponieważ są one zgodne z wynikami badań publikowanymi w różnych czasopismach logistycznych.

4. WNIOSKI

Obecnie usługi logistyczne cechują się wysoką jakością, terminowością, kompleksowością i wysokim poziomem bezpieczeństwa. Te kryteria wyznaczają sposób, w jaki są budowane tzw. systemy operacyjne. Tworzą je ludzie i odpowiednia infrastruktura: magazyny dystrybucyjne, centra, sortowanie paczek, terminale przeładunkowe, środki transportu, systemy bezpieczeństwa i kontroli. W systemie operacyjnym przesyłane są nie tylko ciężkie frachty, ładunki na paletach, paczki czy dokumenty, ale także informacje o nich. Dlatego warunkiem koniecznym do jego sprawnego funkcjonowania, oprócz odpowiedniej infrastruktury, jest zapewnienie szybkiego i poprawnego dostępu oraz obiegu informacji pomiędzy poszczególnymi punktami w sieci.

Firmy logistyczne, które dostarczają ogromną liczbę przesyłek w różne zakątki świata, zmuszone są do korzystania z nowoczesnych technologii informacyjnych. Rozwiązania informatyczne i telekomunikacyjne są teraz tak ściśle połączone z systemem operacyjnym, że nie mogą bez siebie istnieć. Efektywne technologie informacyjne są obecnie tak samo ważne jak skuteczne procesy operacyjne, rozwiązania logistyczne, sprzęt i infrastruktura. Ich rola, szczególnie w branży przesyłek ekspresowych, jest nie do przecenienia, choćby ze względu na liczbę zdarzeń, które muszą być codziennie w firmie zarejestrowane, odpowiednio raportowane oraz połączone w spójną całość, dającą w efekcie obraz codziennych operacji w firmie.

Informacja traktowana jest jako nieodłączny element usługi logistycznej. Dlatego przywiązuje się dużą wagę do rzetelności, poufności i szybkości przekazywania informacji. Opracowywane są coraz bardziej zaawansowane rozwiązania przesyłu danych pomiędzy partnerami biznesowymi czy informowania klientów o odchyleniach w procesie obsługi logistycznej. Podejście takie pozwala skracać czas obiegu towarów w ramach całego łańcucha logistycznego oraz szybko reagować na nieprawidłowości.

Kluczem do sukcesu jest zawsze przepływ informacji przez łańcuch dostaw. Tak więc integracja informatyczna w kierunku klienta, czyli „w dół” łańcucha dostaw, ewidentnie się

opłaca. Prawidłowo przeprowadzona integracja w dół łańcucha dostaw, dobrze zorganizowany kanał dystrybucji oraz sprawny system przepływu informacji dają duże szanse na osiągnięcie pożądanego udziału w rynku oraz redukcję kosztów logistycznych.

5. BIBLIOGRAFIA

- [1]. Rudawska E., Kiecko R.: *Servqual – metoda badania jakości usług i jej praktyczne zastosowanie*, Marketing i Rynek 5/2000
- [2]. *Statuetki dla najlepszych*, „Eurologistics” 6/2007