

Monika Górska

Politechnika Częstochowska, Wydział Inżynierii Produkcji i Technologii Materiałów

Kamila Adamus

Politechnika Częstochowska, Wydział Zarządzania

Determinanty jakości usług transportowych w logistycznej obsłudze klienta

*Determinants of quality transport services
in the logistics consumer service*

W artykule zaprezentowano wybrane zagadnienia związane z jakością usług świadczonych w przedsiębiorstwach logistycznych. Dokonano analizy i oceny usług wybranego przedsiębiorstwa transportu przewozowego. W tym celu w pierwszej kolejności scharakteryzowano profil działalności podmiotu. Następnie dzięki zastosowaniu metody *SERVQUAL* dokonano oceny świadczenia jakości usług wykorzystując do tego celu osoby bezpośrednio związane z tym procesem — wybranych klientów przedsiębiorstwa. Otrzymane wyniki badań pozwoliły na ocenę jakości usług i wskazanie kierunków doskonalenia.

Słowa kluczowe:

jakość usług, transport, metoda *SERVQUAL*.

The paper presents selected issues associated with the quality of services provided in logistics companies. The analysis and evaluation of selected company services in freight transport industry was made. For this purpose profile characterization of the entity was carried. Then, through the use of *SERVQUAL* method an assessment of quality of service was done. For this purpose the persons directly associated with this process — selected enterprise customers — was used. The obtained results allow to assess company's quality of services and indicate the directions for improvement.

Key words:

quality of services, transport, *SERVQUAL* method.

Wstęp

Znaczenie sektora usług zarówno w Polsce, jak i na całym świecie wzrasta. Jak wynika z prognoz (badania opublikowane przez International Data Group S.A.), w najbliższych latach rynek usług będzie stopniowo zajmował jedną z głównych pozycji w gospodarce światowej. Przyczyni się on również do tworzenia wielu pozytywnych efektów, między innymi do powstawania nowych miejsc pracy i poprawy koniunktury gospodarczej.

W związku z powyższym szczególnego znaczenia nabiorą wszelkiego rodzaju usługi związane ze sferą logistyki. W Polsce rynek usług logistycznych za-

czął rozwijać się po przemianach ustrojowych, a jak wskazują analizy rynkowe, znacznie przyspieszył tempo swojego wzrostu w latach 1999–2003. Szczególnie owocny był rok 2000, kiedy to odnotowano bardzo wysoki wzrost, bo aż o 53%. Istotnym etapem do dalszego rozwoju była również akcesja Polski do Unii Europejskiej. Współpraca państw członkowskich spowodowała zwiększenie obrotów handlowych, co wpłynęło na ogólny rozwój gospodarczy państwa, w tym również na rynek usług logistycznych.

Dziś jest to jedna z bardziej rozbudowanych, prężnie działających i nadal dynamicznie rozwijających się gałęzi sektora usługowego w Polsce. Świadczy o tym między innymi wzrost liczby nowo

powstałych przedsiębiorstw, które zlecają coraz więcej zadań firmom logistycznym.

Wobec wzrastającej konkurencji na rynku usług logistycznych coraz większego znaczenia nabiera pojęcie ich jakości. Zapewnienie wysokiej jakości świadczonych usług wydaje się być najlepszym rozwiązaniem przedsiębiorstwa na drodze do pozyskania i utrzymania lojalnych klientów, gwarancją stworzenia dla nich pewnej wartości, a co za tym idzie zdobycia oraz utrzymania wysokiej pozycji w dłuższym horyzoncie czasowym. Jakość jest dziś zatem głównym narzędziem konkurencji na rynku usług logistycznych.

Między innymi z wyżej wymienionych powodów jakość usług stała się w ostatnich latach przedmiotem zainteresowania i badań wielu naukowców na całym świecie. Jak się jednak okazało, nie znalazła ona bezpośredniego przełożenia na opracowywanie strategii marketingowych polskich przedsiębiorstw usługowych. Kadra zarządzająca większości z nich nie przeprowadza badań wpływu poprawy jakości usług na zwiększenie przewagi konkurencyjnej firmy. Nie podejmuje również próby określenia czynników decydujących o wyborze danego usługodawcy przez klienta, indywidualnego, czy instytucjonalnego. Niestety, większość przedsiębiorstw świadczących usługi nie identyfikuje wymagań aktualnych oraz potencjalnych nabywców usług (Stoma, 2012). To duży błąd, zważywszy na to, że zmiana podejścia do tej problematyki może przynieść wymierne korzyści dla przedsiębiorstwa.

Jakość odgrywa zatem dominującą rolę również w przedsiębiorstwie usługowym.

Z powyższych powodów w niniejszym opracowaniu zdecydowano się podjąć próbę oceny jakości usług transportowych w wybranym obiekcie badawczym. Do tego celu wykorzystano metodę *SE-RVQUAL*, która pozwoliła na dokonanie oceny świadczenia jakości usług przez wybraną losowo grupę klientów badanego przedsiębiorstwa. Wyniki przeprowadzonego badania pozwoliły na wysunięcie odpowiednich wniosków i dały podstawę do dalszego rozwoju i doskonalenia badanego podmiotu.

Usługi transportowe jako element łańcucha dostaw

Analizę badanej problematyki warto rozpocząć od zapoznania się z podstawowymi definicjami. Czym zatem jest i jakie ma znaczenie logistyczny łańcuch dostaw oraz jaką rolę spełnia w nim usługa transportowa? Łańcuch dostaw to wszelka działalność przedsiębiorstwa związana bezpośrednio z przepływem towarów od pierwotnego źródła poprzez wszystkie pośrednie formy aż do klienta final-

nego. Jest to bardzo ogólne i proste ujęcie tego terminu.

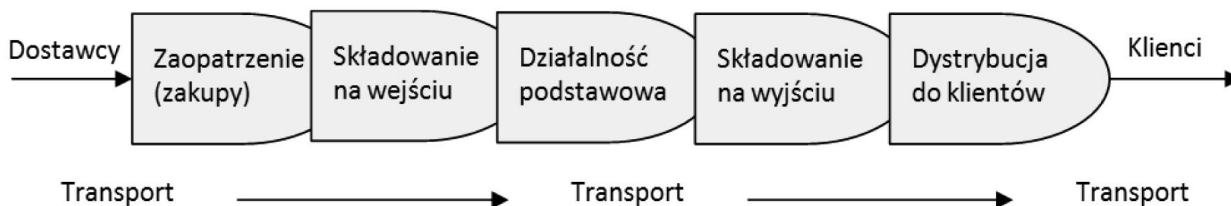
W literaturze można spotkać szereg bardziej rozbudowanych definicji tego pojęcia. I tak, według M. Christophera *łańcuch dostaw to sieć organizacji zaangażowanych, poprzez powiązania z dostawcami i odbiorcami, w różne procesy i działania, które tworzą wartość w postaci produktów i usług dostarczanych ostatecznym konsumentom* (Christopher, 1998). Z kolei według A.J. Stengera i J.J. Coyle'a to *zintegrowane zarządzanie sekwencjami przepływu logistycznego, przetwarzaniem i czynnościami związanymi z obsługą — od dostawców do ostatecznych klientów — niezbędnymi do wytworzenia produktu lub usługi w sposób sprawny i efektywny* (Coyle, Bardi i Langley Jr., 2002). Natomiast D. Bovet i J. Martha piszą, że łańcuch dostaw: *jest zbiorem wewnętrznych i zewnętrznych procesów związanych z produkowaniem, zaopatrzeniem i dostawą produktów do klientów, które zawierają takie czynności, jak: pozyskiwanie surowców, planowanie produkcji i fizyczną dystrybucję towarów, wspierane przez ciągły przepływ informacji* (Szudrowicz, Ciesielski, 2003). Konkludując można zauważyć, że wśród badaczy panuje duża zgodność w definiowaniu tego pojęcia, a istota łańcucha dostaw zawiera się w ciągłym przepływie zasobów, takich jak materiały, wyroby, surowce, a także informacje czy kapitał.

Najprostsza forma logistycznego łańcucha dostaw składa się z firmy, dostawców oraz jej klientów. Bardziej rozbudowane łańcuchy dostaw zawierają trzy dodatkowe typy uczestników (Kot, 2009):

- „dostawcy dostawców” lub dostawcy znajdujący się na samym początku łańcucha dostaw,
- „klienci klientów” lub klienci znajdujący się na samym końcu łańcucha dostaw,
- grupa firm świadczących usługi dla innych firm objętych łańcuchem dostaw. Są to firmy, które zapewniają obsługę logistyczną, finansową, marketingową, czy informatyczną.

Graficzną prezentację łańcucha dostaw zgodną z koncepcją, którą przedstawiają J.J. Coyle, E.J. Bardi, C.J. Langley Jr., pokazano na rysunku 1.

Analizując rysunek 1 można zauważyć, że praktycznie na każdym etapie realizacji logistycznego łańcucha dostaw pojawia się transport. Jego realizację zapewniają przede wszystkim dostawcy usług transportowych, którymi najczęściej są przedsiębiorstwa zwane operatorami logistycznymi. Dzieje się tak, ponieważ świadczona usługa transportowa jest jedną z głównych funkcji realizowanych na rynku usług logistycznych. Jest to efekt wynikający głównie z potrzeby pokonywania przestrzeni, a co za tym idzie przemieszczania dóbr z jednego miejsca na inne w celu realizacji określonych zadań.



Źródło: opracowanie na podstawie: Coyle, Bardi, Langley, (2002).

Jak pisze E. Przybylska, intensywny wzrost wymiany towarów, w tym międzynarodowej wymiany handlowej, postępująca specjalizacja pracy to główne determinanty rozwoju usług transportowych i wzrostu ich znaczenia w łańcuchach dostaw. Wynika to z faktu, iż transport odgrywa bardzo istotną rolę w rozwoju gospodarki narodowej i umożliwia sprawne i efektywne funkcjonowanie wszystkich jej działów. Warto również zwrócić uwagę, że bez ewolucji transportu nie byłby możliwy dalszy rozwój sfery produkcyjnej. Autorka podkreśla, że zależności te są bardzo istotne, ponieważ transport powinien wyprzedzać swoim tempem rozwój innych działów gospodarki. W związku z powyższym przy uwzględnieniu częstotliwości, zakresu oraz roli realizowanych usług transportowych, istotnego znaczenia nabiera konieczność przeprowadzania ich analizy. Wnioski z analizy mogą stać się podstawą do identyfikacji występujących nieprawidłowości oraz wprowadzania zmian, które będą je eliminować (Przybylska, 2011).

Tym samym bardzo ważne staje się również dokonywanie w przedsiębiorstwach pomiaru i oceny poziomu świadczonych usług transportowych z punktu widzenia ich odbiorcy, czyli klienta. Wszelkie informacje uzyskane od usługobiorcy będą punktem wyjścia do usprawnienia świadczonych usług i podniesienia poziomu jakości w logistycznej obsłudze klienta.

Etapy postępowania w przeprowadzeniu analizy *SERVQUAL*

Jak pisze S. Borkowski, badanie jakości usług metodą *SERVQUAL* powinno rozpocząć się od dobrania odpowiedniego zestawu determinantów jakości usługi (tab. 1).

W przypadku podjętej problematyki są to usługi transportowe.

Kolejnym etapem zastosowania metody zgodnie

z podejściem S. Borkowskiego jest postępowanie zgodne z pięcioma następującymi po sobie krokami, które mają na celu analizę zgromadzonych za pomocą ankiet *SERVQUAL* danych (Borkowski, 2012):

- Badanie różnicy pomiędzy kolejnymi wyrażeniami punktowo oczekiwaniami a spostrzeżeniami zgodnie ze wzorem:

$$S = P - O \quad (1)$$

gdzie:

S — wynik *SERVQUAL*,

P — postrzeganie usługi przez klientów,

O — oczekiwania klientów względem usługi.

- Obliczenie średniej dla różnicy punktów w każdym z analizowanych obszarów.
- Uzyskane wyniki ponownie należy zsumować i podzielić przez liczbę analizowanych obszarów. Efektem postępowania według trzech pierwszych kroków jest całkowita arytmetyczna miara jakości usług. Kolejne kroki analizy pozwalają na obliczenie również całkowitej ważonej miary jakości usług.
- Następnie dane uzyskane z kroku 2 należy pomnożyć przez wagi przypisane poszczególnym obszarom jakości zawarte w trzeciej części ankiety. Uzyskany wynik, będący iloczynem miar arytmetycznych dla każdego z obszarów jakości usług oraz przypisanych im wag, określony jest mianem średniej ważonej *SERVQUAL*.

$$\text{Ważone średnie punkty } SERVQUAL = \frac{\text{średnie arytmetyczne obszarów jakości} * \text{wagi}}{\text{wagi}} \quad (2)$$

- Uzyskane średnie ważne dla każdego z obszarów należy zsumować i podzielić przez liczbę poddanych analizie obszarów.

Tabela 1
 Determinanty jakości usług transportowych

Grupa determinantów	Kryteria szczegółowe
Infrastruktura materialna usług	<ul style="list-style-type: none"> ■ wyposażenie i standard pomieszczeń, budynków, punktów lokalizacyjnych, ■ czystość i schludność personelu, ■ infrastruktura transportowa, ■ pozostałe zaplecze techniczne: maszyny, urządzenia.
Niezawodność usług	<ul style="list-style-type: none"> ■ rzetelność personelu, ■ punktualność świadczonych usług, ■ niezmienność poziomu świadczonych usług.
Wrażliwość usługodawców	<ul style="list-style-type: none"> ■ sprawność wykonywanych czynności, ■ reagowanie na potrzeby klientów, ■ umiejętność doradzania i pomocy klientom, ■ spokój, opanowanie i cierpliwość usługodawców.
Pewność usług	<ul style="list-style-type: none"> ■ rzetelność udzielanych informacji, ■ prawidłowe wystawianie rachunków, ■ odpowiedzialność usługodawców, ■ bezpieczeństwo klientów i ich interesów, ■ uczciwość usługodawców.
Znajomość potrzeb klientów	<ul style="list-style-type: none"> ■ umiejętność łatwego nawiązywania kontaktów, ■ umiejętność rozpoznawania potrzeb klientów, ■ indywidualne podejście do klienta, ■ rozpoznawanie stałych i lojalnych klientów, ■ uprzejmość personelu i jego troska o klienta, ■ znajomość języków obcych.

Źródło: opracowanie na podstawie: Borkowski, 2012.

Praktyczne zastosowanie analizy *SERVQUAL* do oceny jakości usług transportowych w przedsiębiorstwie przewozowym

Do oceny jakości usług transportowych wybrano jedno z wiodących przedsiębiorstw przewozowych w branży logistyki i transportu na polskim rynku. Swoim klientom oferuje innowacyjne i dostosowane do ich potrzeb kompleksowe usługi. Firma jest liderem na międzynarodowym rynku transportu przesyłek ekspresowych, drogowych oraz frachtu lotniczego, morskiego i obsługi logistycznej. Dzięki znajomości lokalnego rynku i unikalnemu międzynarodowemu doświadczeniu oferuje najwyższej jakości usługi kreując tym samym wartość dla klientów.

Badania ankietowe metodą *SERVQUAL* przeprowadzono na wybranej grupie klientów ba-

danego przedsiębiorstwa. Każdego respondenta poproszono o wypełnienie formularza ankiety, której wzór wraz z wynikami przedstawiono w tabelach 2–6. Ankietowani formułowali dwie oceny: ocenę swoich oczekiwań wobec usług przedsiębiorstwa przewozowego oraz ocenę rzeczywistej percepcji jakości świadczonych usług przez badaną firmę. Opracowane badania ankietowe oparto na ocenie rankingowej. Przyjęto skalę ocen w zakresie od 1 do 7 (gdzie 1 oznacza, że ankietowany całkowicie nie zgadza się z danym stwierdzeniem, 7 — całkowicie się z nim zgadza). Oceny przypisywano 22 stwierdzeniom w zakresie oczekiwania i postrzegania. Stwierdzenia podzielono na pięć obszarów, tj. materialna infrastruktura usługi, szybkość usługi przewozowej, niezawodność usługi, fachowość usługi oraz empatia.

Tabela 2

Materialna infrastruktura usługi transportowej

	O		P	P - O
1. Wzorcowe przedsiębiorstwo przewozowe wyposażone jest w nowoczesną infrastrukturę transportową	6,60	1. Przedsiębiorstwo X wyposażony jest w nowoczesną infrastrukturę transportową	6,70	0,10
2. Wzorcowe przedsiębiorstwo przewozowe dysponuje atrakcyjnie wyglądającymi pomieszczeniami, budynkami, lokalizacja placówek firmy jest dogodna dla klienta	5,30	2. Przedsiębiorstwo X dysponuje atrakcyjnie wyglądającymi pomieszczeniami, budynkami, lokalizacja placówek firmy jest dogodna dla klienta	6,00	0,70
3. Personel wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego wygląda schludnie	6,81	3. Personel przedsiębiorstwa X wygląda schludnie	6,84	0,03
4. Materiały informacyjne wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego są czytelne, jasne i zrozumiałe	5,81	4. Materiały informacyjne przedsiębiorstwa X są czytelne, jasne i zrozumiałe	6,30	0,49

Średnia *SERVQUAL* dla infrastruktury materialnej 1,32

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Borkowski, 2012.

Tabela 3

Niezawodność usługi transportowej

	O		P	P - O
5. Gdy wzorcowe przedsiębiorstwo przewozowe zobowiąże się do wykonania usługi w ciągu ściśle określonego czasu, można na to liczyć (dotrzymanie składanych obietnic)	6,61	5. Gdy przedsiębiorstwo X zobowiąże się do wykonania usługi w ciągu ściśle określonego czasu, można na to liczyć (dotrzymanie składanych obietnic)	6,77	0,16
6. Gdy klient przedsiębiorstwa przewozowego spotka się z problemem, personel wzorcowego przedsiębiorstwa wykaże szczerze zainteresowanie	6,73	6. Gdy klient przedsiębiorstwa X spotka się z problemem, personel przedsiębiorstwa X wykaże szczerze zainteresowanie	6,79	0,06
7. Wzorcowe przedsiębiorstwo przewozowe świadczy usługi we właściwy sposób	6,83	7. Przedsiębiorstwo X świadczy usługi we właściwy sposób	6,81	-0,02
8. Wzorcowe przedsiębiorstwa przewozowe świadczą swoje usługi w terminach, do których się zobowiązują	6,91	8. Przedsiębiorstwo X świadczy swoje usługi w terminach, do których się zobowiąże	6,93	0,02
9. Wzorcowym przedsiębiorstwom przewozowym zależy na opinii bezbłędnego usługodawcy	6,78	9. Przedsiębiorstwu X zależy na opinii bezbłędnego usługodawcy	6,90	0,12

Średnia *SERVQUAL* dla niezawodności usługi transportowej 0,34

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Borkowski, 2012.

Na rysunku 2 zaprezentowano graficzną interpretację kroku 1 metody *SERVQUAL*.

Realizacja etapu pierwszego pozwoliła na wyciągnięcie pewnych wniosków. W 16 przypadkach na 22 możliwe osiągnięto satysfakcję, w 6 przypadkach zachowano stan równowagi, co oznacza, że

jakość usługi nabytej przez klienta pokrywa się z jego wyobrażeniami — klient akceptuje sposób i jakość zrealizowanej usługi, jakość usługi jest tu zadowalająca. Natomiast w 5 kolejnych przypadkach nie osiągnięto satysfakcji. Różnica między usługą otrzymaną a usługą oczekiwaną jest ujem-

Tabela 4
Szybkość usługi transportowej

	O		P	P - O
10. Personel wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego informuje klientów o dokładnym terminie realizacji usług	6,78	10. Personel przedsiębiorstwa X informuje klientów o dokładnym terminie realizacji usług	6,84	0,06
11. Personel wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego poświęca uwagę na rozwiązywanie problemów klientów	5,91	11. Personel przedsiębiorstwa X poświęca uwagę na rozwiązywanie problemów klientów	6,12	0,21
12. Personel wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego zawsze okazuje chęć pomocy klientom	6,34	12. Personel przedsiębiorstwa X zawsze okazuje chęć pomocy klientom	6,39	0,05
13. Pracownicy wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego nigdy nie okazują się zbyt zajęci, by nie zareagować na potrzeby klientów	6,02	13. Pracownicy przedsiębiorstwa X nigdy nie okazują się zbyt zajęci, by nie zareagować na potrzeby klienta	5,91	-0,11

Średnia *SERVQUAL* dla szybkości usługi transportowej 0,21

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Borkowski, 2012.

Tabela 5
Fachowość usługi transportowej

	O		P	P - O
14. Pracownicy wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego pielęgnują kulturę organizacji	6,96	14. Pracownicy przedsiębiorstwa X pielęgnują kulturę organizacji	6,96	0
15. Zachowanie personelu wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego wzbudza zaufanie klientów, jest wiarygodne	5,42	15. Zachowanie personelu przedsiębiorstwa X wzbudza zaufanie klientów, jest wiarygodne	6,04	0,62
16. Personel przedsiębiorstwa przewozowego jest zawsze uprzejmy i miły wobec klientów	6,31	16. Personel przedsiębiorstwa X jest zawsze uprzejmy i miły wobec klientów	6,15	-0,16
17. Personel wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego dysponuje wiedzą umożliwiającą odpowiadanie na pytania klientów	6,78	17. Personel przedsiębiorstwa X dysponuje wiedzą umożliwiającą odpowiadanie na pytania klientów	6,79	0,01

Średnia *SERVQUAL* dla fachowości 0,47

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Borkowski, 2012.

na, co oznacza, że klient jest niezadowolony i rozczarowany, a sposób świadczenia usługi jest niezgodny z jego oczekiwaniami. W związku z tym ocenia on jakość danej usługi jako niesatysfakcjonującą i nie do zaakceptowania. Do największego poziomu satysfakcji przyczyniły się przede wszystkim elementy pochodzące z obszaru infrastruktury materialnej, takie jak: posiadanie atrakcyjnie wyglądających pomieszczeń, budynków, dogodna lo-

kalizacja placówek oraz czytelność, jasność i zrozumiałość materiałów informacyjnych skierowanych do klienta. Oznacza to, że badane przedsiębiorstwo zdaje sobie sprawę z tego, jak duże znaczenie dla efektywności realizacji usługi mają powyższe elementy. Odpowiednia infrastruktura materialna jest tu bowiem jednym z kluczowych. Z kolei najmniejszą satysfakcję z jakości usługi osiągnięto dla elementu: indywidualność traktowania klienta.

Tabela 6

Empatia usługi transportowej

	O		P	P - O
18. Wzorcowe przedsiębiorstwo przewozowe traktuje każdego klienta w sposób indywidualny	6,31	18. Przedsiębiorstwo X traktuje każdego klienta w sposób indywidualny	6,10	-0,21
19. Wzorcowe przedsiębiorstwo przewozowe świadczy usługi w czasie dogodnym dla każdego klienta	6,56	19. Przedsiębiorstwo X świadczy usługi w czasie dogodnym dla każdego klienta	6,61	0,05
20. Personel wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego poświęca uwagę każdemu klientowi	6,32	20. Personel przedsiębiorstwa X poświęca uwagę każdemu klientowi	6,47	0,15
21. Wzorcowe przedsiębiorstwo przewozowe dba o jak najlepszą realizację i zabezpieczenie interesów klientów	6,94	21. Przedsiębiorstwo X dba o jak najlepszą realizację i zabezpieczenie interesów klientów	6,77	-0,17
22. Personel wzorcowego przedsiębiorstwa przewozowego rozumie specyficzne potrzeby klientów	5,63	22. Personel przedsiębiorstwa X rozumie specyficzne potrzeby klientów	5,91	0,28

Średnia *SERVQUAL* dla empatii 0,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Borkowski, 2012.

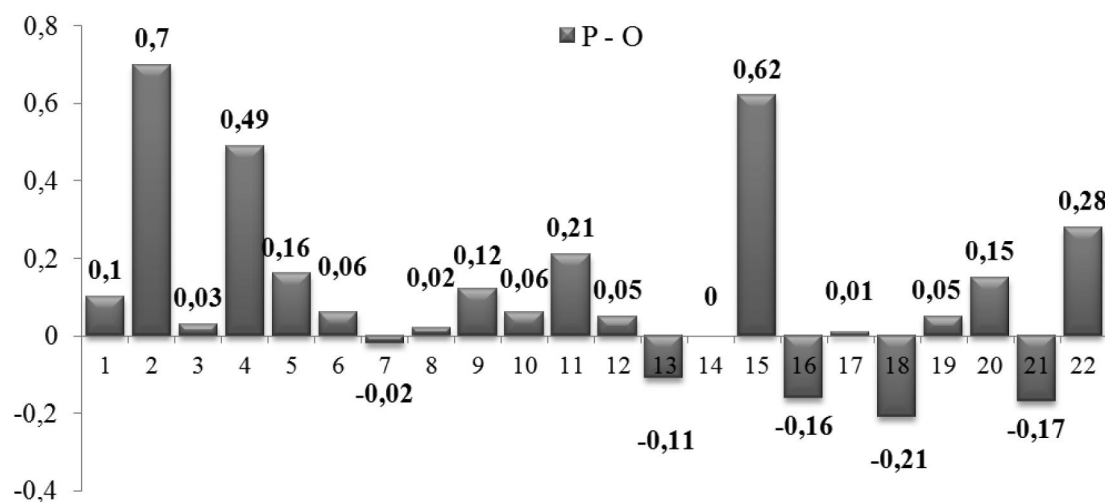
Na rysunku 3 przedstawiono wyniki obliczeń średniej arytmetycznej dla każdej z badanych obszarów metody *SERVQUAL*.

Wyniki obliczeń wykazały, że najwyższy stopień satysfakcji został osiągnięty w przypadku obszaru: infrastruktura materialna, co jest potwierdzeniem wcześniejszych analiz. Z kolei najniższy stopień satysfakcji z realizacji usług osiągnięto w przypadku obszaru empatia, co stanowi informację dla badanego podmiotu, że ten obszar wymaga udoskonale-

nia i zmiany podejścia pracowników. Co warto podkreślić, w żadnym z obszarów nie osiągnięto stanu całkowitego braku satysfakcji (brak ujemnych średnich arytmetycznych dla obszarów badawczych).

Kolejnym etapem analizy *SERVQUAL* zgodnym z podejściem S. Borkowskiego jest obliczenie całkowitej arytmetycznej miary jakości usług *SERVQUAL*. W tym celu sumuje się średnie z wszystkich obszarów i dzieli przez ich liczbę:

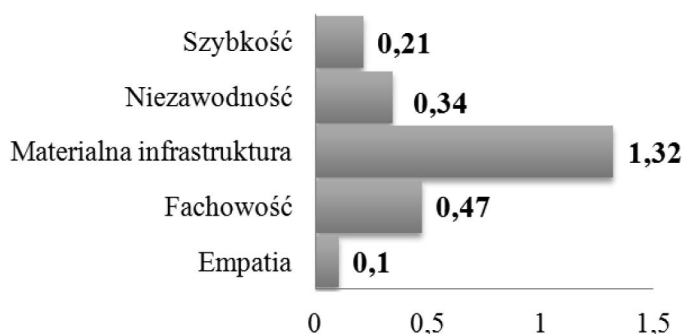
Rysunek 2

Wynik *SERVQUAL* (postrzeganie — oczekiwanie)

Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 3

Wyniki średniej arytmetycznej dla pięciu badanych obszarów metody *SERVQUAL*



Źródło: opracowanie własne.

$$S = \frac{1,32 + 0,34 + 0,21 + 0,47 + 0,1}{5} = \frac{2,44}{5} = 0,48 \quad (3)$$

Następny krok to obliczenie średnich ważonych dla poszczególnych obszarów jakości usług. Średnia ważona jest iloczynem średniej punktów *SERVQUAL* z każdego obszaru badań i wagi dla danego obszaru (waga to procentowy udział każdego z pięciu obszarów analizy w ogólnej ocenie jakości usług; współczynniki te nadawali ankietowani — trzecia część ankiety). Wyniki zawiera tabela 7.

w zakresie od 12,1 (empatia) do 19,15 (niezawodność). Porównując obliczoną średnią arytmetyczną do całkowitej średniej ważonej *SERVQUAL* można zauważyć, że zwykła średnia jest zdecydowanie niższa. Oznacza to, że ankietowani przypisując odpowiednie wagi obszarom analizy jednocześnie zwiększyli satysfakcję z jakości usług świadczonych przez badane przedsiębiorstwo. I w rzeczywistości są jeszcze bardziej zadowoleni,

Tabela 7

Średnie ważone dla analizy *SERVQUAL*

Obszar <i>SERVQUAL</i>	Współczynnik ważności przyznany przez respondentów ($\Sigma = 100$)	Średnia ważona
Materialna infrastruktura	16,65	$1,32 * 16,65 = 21,97$
Niezawodność	19,15	$0,34 * 19,15 = 6,51$
Szybkość	33,2	$0,21 * 33,2 = 6,97$
Fachowość	18,9	$0,47 * 18,9 = 8,88$
Empatia	12,1	$0,1 * 12,1 = 1,21$
Całkowita średnia ważona <i>SERVQUAL</i> (suma średnich ważonych dla badanych obszarów/5)		$\frac{45,54}{5} = 9,10$

Źródło: opracowanie własne.

Analizując dane zawarte w tabeli 7 można zauważyć, że ankietowani największą wagę przypisali obszarowi szybkość, co ma swoje uzasadnienie w specyfice usług, jakie oferuje badane przedsiębiorstwo. Pozostałe obszary otrzymały podobne współczynniki ważności wahające się

niż wskazywałyby na to wyniki pierwotne. Zgodnie z obliczeniami średnich ważonych największą satysfakcję wykazano w obszarach: materialna infrastruktura oraz fachowość. Z kolei najmniejszą w obszarach empatia.

Podsumowanie

Przeprowadzenie analizy metodą *SERVQUAL* pozwoliło na dokonanie oceny świadczenia jakości usług transportowych w wybranym przedsiębiorstwie przewozowym. Identyfikacja z pozycji klienta tych obszarów i czynników, które wymagają usprawnienia, jest dobrym punktem wyjścia w kierunku zapoczątkowania pozytywnych zmian i dalszego rozwoju firmy. Otrzymane wyniki badań, poza ogólną oceną poziomu jakości świadczonych usług, umożliwiły również identyfikację tych obszarów usługi, które są najistotniejsze dla klienta. Wykazały także pewne niedociągnięcia w procesie świadczenia usług, na które badane przedsiębiorstwo powinno zwrócić uwagę. O ile bowiem obszar empatia uzyskał najniższy stopień satysfakcji, to jednocześnie odznaczył się najniższym współczynnikiem ważności. Co oznacza, że mimo iż w tym obszarze satysfakcja klienta nie jest najwyższa, to jed-

nocześnie klient nie przywiązuje do tego elementu zbyt dużej uwagi, ważniejsze są inne elementy.

Inaczej jest jeśli chodzi o obszar szybkość tutaj średnia arytmetyczna zadowolenia z usług kształtuje się jedynie na poziomie 0,21, ale klienci przypisując mu najwyższy współczynnik ważności uznali, że jest to najważniejszy obszar przyczyniający się do wzrostu satysfakcji z usług. Oznacza to, że w tym przypadku dobrze byłoby podjąć pewne kroki w kierunku wzrostu zadowolenia klienta. Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku obszaru niezawodność. Warto zatem, by badane przedsiębiorstwo sugerując się powyższymi wynikami popracowało nad działaniami korygującymi. Konkludując, należy jedynie podkreślić, że ogólny poziom satysfakcji z usług jest zadowalający, o czym świadczy brak ujemnych wyników dla obliczonych średnich. Działania na rzecz poprawy satysfakcji klienta pomogą jeszcze bardziej wzmocnić pozycję badanego przedsiębiorstwa.

Literatura

- Borkowski, S. (2012). *SERVQUAL. Udoskonalona interpretacja wyników*. Warszawa: Wydawnictwo PTM.
- Christopher, M. (1998). *Logistics and supply chain management: Strategies for reducing costs and improving service*. London: Financial Times — Prentice Hall.
- Coyle, J.J., Bardi, E.J., Langley, Jr. C.J. (2002). *Zarządzanie logistyczne*. Warszawa: PWE.
- Kot, S., Starostka-Patyk, M., Krzywda, D. (2009). *Zarządzanie łańcuchem dostaw*. Częstochowa: Wyd. Politechniki Częstochowskiej.
- Przybylska, E. (2011). Analiza usługi transportowej w wybranym przedsiębiorstwie sektora TSL. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Seria: Organizacja i Zarządzanie*, z. 56.
- Stoma, M. (2012). *Modele i metody pomiaru jakości usług*. Lublin: Wyd. Q&R Polska Sp. z o. o.
- Szudrowicz, A., Ciesielski, M. (2003). *Logistyka we współczesnym zarządzaniu*. Poznań: BL.
- Badania opublikowane przez International Data Group S.A.
Materiały źródłowe przedsiębiorstwa.



www.pwe.com.pl

NOWOŚĆ

Optymalne planowanie, dobra organizacja, szybka informacja zwrotna oraz wykwalifikowani i zmotywowani pracownicy to czynniki przyczyniające się do sukcesu przedsiębiorstwa. Jednym z gwarantów właściwego działania tych elementów jest system controllingu, pozwalający na szybką reakcję i podjęcie lub zmianę dotychczasowych decyzji. W książce autorka prezentuje specyfikę funkcjonowania controllingu oraz organizowania jego struktur, rozpoczynając od przedstawienia teorii controllingu i narzędzi wspomagających realizację zadań w systemie. Następnie omawia model tworzenia centrów odpowiedzialności i budżetowania w ramach wewnętrznych struktur oraz możliwości oceny i kontroli pracy wewnętrznych komórek utworzonych w controllingu i ich powiązania z systemem motywacyjnym.