

**SPOSOBY PRZEPROWADZANIA POMIARÓW POZIOMU LOGISTYCZNEJ
OBSŁUGI KLIENTA W ZARZĄDZANIU PRZEDSIĘBIORSTWAMI
METHODS OF MEASUREMENT OF LEVELS OF LOGISTIC CUSTOMER
SERVICE IN MANAGAMENT PROCESSES OF ENTERPRISES**

Marta KADŁUBEK

martakadlubek@wp.pl

Politechnika Częstochowska

Wydział Zarządzania

Instytut Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego

STRESZCZENIE

W artykule zaprezentowano wyniki badań nad realizacją wybranych zadań zarządzania logistyczną obsługą klienta dotyczących sposobów przeprowadzania pomiarów poziomu logistycznej obsługi klienta w przedsiębiorstwach zarobkowego transportu ładunków w województwie śląskim.

Badanie sondażowe zostało przeprowadzone wśród 147 przedsiębiorstw zarobkowego transportu samochodowego ładunków, funkcjonujących na terenie województwa śląskiego. Następnie uwzględniając całokształt przeprowadzonego postępowania badawczego podjęto próbę zbadania zależności obszarów logistycznej obsługi klienta, występujących w badanych przedsiębiorstwach, od wielkości tych podmiotów.

SUMMARY

The article presents the results of research on the implementation of selected logistics management tasks of customer service related to the methods to measure the level of logistic customer service in enterprises of commercial cargo transport in the Silesian province.

The survey was conducted among 147 enterprises of commercial cargo transport operating in the Silesian Voivodeship. Next, having regard to the entirety of the research procedure carried out, an attempt was made to examine the dependence of the logistics areas of customer service occurring in the surveyed enterprises, on the size of these entities.

Słowa kluczowe: logistyczna obsługa klienta, zarządzanie, przedsiębiorstwo

Key words: logistic customer service, management, enterprise

WSTĘP

Logistyczna obsługa klienta (Bowersox, Cross i Cooper, 2012; Ciesielski, 2011; Kempny, 2001a) w procesach zarządzania (Bubel, Łęgowik-Świącik, Dziadkiewicz i Wisniewska-Szałek, 2016; Jelonek i Byłok, 2017; Jędralska i Dyduch, 2017; Krzakiewicz, 2007; Lichtarski, 2015; Osbert-Pociecha i Nowosielski, 2016) współczesnych przedsiębiorstw (Nogalski i Ronkowski, 2007; Romanowska, 2001) identyfikowana i analizowana jest najczęściej w obszarze ustalenia i pomiarowania jej poziomu. Poziom obsługi klienta definiowany jest przez W. Szczepankiewicza (2002) oraz W. Wilmańską-Sosnowską (2000)

jako zespół czynności zmierzających do realizacji oczekiwań klientów związanych z fizyczną dostępnością produktu, warunkami i wygodą zakupu oraz satysfakcji klienta (Kempny, 2009b; Niemczyk i Stańczyk-Hugiet, 2014) z kontaktu z danym ogniwem dystrybucji (Nowakowska-Grunt i Starostka-Patyk, 2017; Skowron-Grabowska, 2011).

Wśród różnych metod pomiaru poziomu obsługi klienta, uznaną za jedną z najbardziej efektywnych jest metoda SERVQUAL, polegająca na dokonaniu pomiaru różnic, jakie występują pomiędzy jakością postrzeganą przez klienta a jakością, której tenże klient od danej usługi oczekuje. Metoda ta opracowana została przez A. Parasurman'a, V. A. Zeithaml'a i L. L. Berry'ego (1988) w latach 1983-1985, a po raz pierwszy zastosowana w 1988 roku, głównie w badaniach jakości usług (Ingaldi, 2015; Hamrol i Zymonik, 2017; Skrzypek, 2002).

Celem niniejszego artykułu jest prezentacja wyników badań nad sposobami przeprowadzania pomiarów poziomu logistycznej obsługi klienta w procesach zarządzania przedsiębiorstwami zarobkowego transportu samochodowego ładunków w województwie śląskim (Jacyna, 2009; Kozerska i Konopka, 2017; Wojewódzka-Król i Załoga, 2016). W szczególności rozważaniom poddano częstotliwość oraz sposób przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów w ankietowanych przedsiębiorstwach, jak również wykorzystanie w tym celu metody SERVQUAL.

1. METODOLOGIA BADAŃ

Realizacji sprecyzowanego powyżej celu artykułu posłużyły przeprowadzone badania sondażowe z wykorzystaniem skategoryzowanej techniki pozyskiwania informacji pierwotnych, tj. kwestionariusza ankiety.

Badanie sondażowe zostało przeprowadzone wśród 147 przedsiębiorstw zarobkowego transportu samochodowego ładunków, funkcjonujących na terenie województwa śląskiego. W wyniku pozyskania, przetworzenia i analizy materiału empirycznego uzyskanego w badaniu sondażowym z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety, przedstawiono uwarunkowania zakresu logistycznej obsługi klienta w badanych przedsiębiorstwach zarobkowego transportu samochodowego ładunków. W niniejszym artykule przedstawiono wybrane trzy zagadnienia kwestionariusza ankiety, będące częścią szerszego badania sondażowego.

Następnie uwzględniając całokształt przeprowadzonego postępowania badawczego, na bazie zgromadzonych danych pierwotnych, podjęto próbę zbadania zależności obszarów logistycznej obsługi klienta, występujących w badanych przedsiębiorstwach zarobkowego

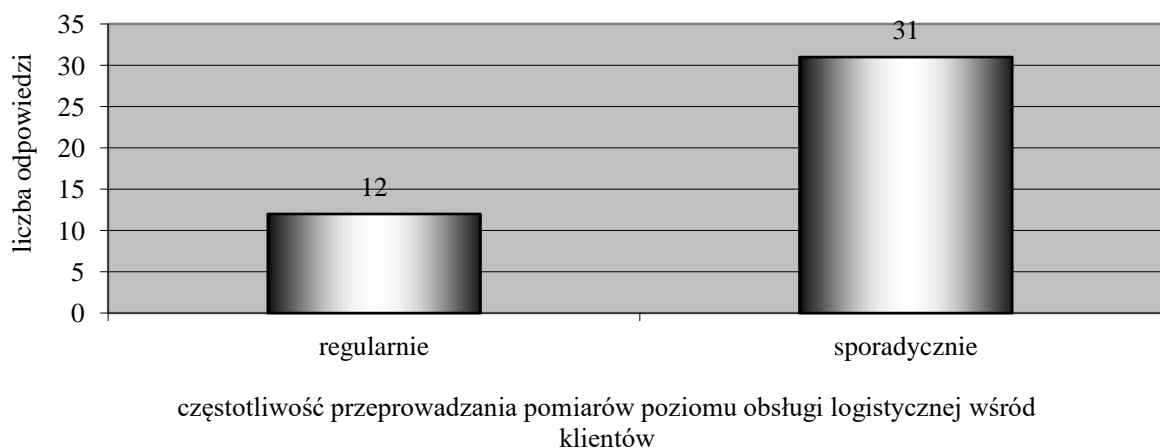
transportu samochodowego ładunków województwa śląskiego, od wielkości tych podmiotów (Kadłubek, 2018a). W tym celu w aspekcie zaznaczonej problematyki w przeprowadzonej analizie statystycznej wykorzystano współczynnik korelacji liniowej Pearsona (Sobczyk, 2017).

2. POMIARY POZIOMU LOGISTYCZNEJ OBSŁUGI KLIENTA W OPINII RESPONDENTÓW

Przedstawione poniżej zagadnienia kwestionariusza ankiety dotyczące pomiarów poziomu logistycznej obsługi klienta w opinii reprezentantów badanych przedsiębiorstw stanowią kontynuację szerszego badania sondażowego na temat uwarunkowań zakresu logistycznej obsługi klienta w procesach zarządzania przedsiębiorstwami zarobkowego transportu samochodowego ładunków w województwie śląskim.

Zagadnieniem poprzedzającym zaprezentowane poniżej obszary było przeprowadzanie pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów badanych przedsiębiorstw. Zgodnie z uzyskanymi wynikami badania wśród klientów wszystkich segmentów rynku przeprowadzało pomiary poziomu obsługi logistycznej jedynie 6 podmiotów (4 %). Wśród wybranych klientów, badania nad poziomem logistycznej obsługi klienta prowadziło 37 przedsiębiorstw (25,2 %). Natomiast pomiary poziomu omawianej obsługi zupełnie nie były stosowane w 104 podmiotach (70,8 %) (Kadłubek, 2018b). Kolejne trzy pytania kwestionariusza ankiety, tj. zasadnicze z perspektywy realizacji celu niniejszego artykułu i przedłożone poniżej, skierowane były do tych 43 respondentów, którzy w odpowiedzi na przytoczone uprzednio zagadnienie potwierdzili przeprowadzanie pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów. Wyznaczenia wielkości udziałów dokonano zatem w odniesieniu do liczby uzyskanych odpowiedzi, ograniczonej do 43.

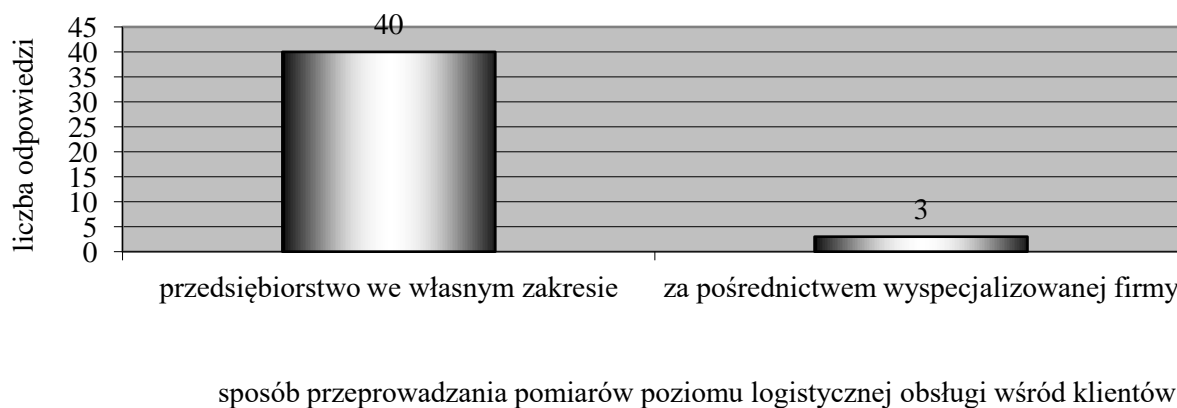
W punkcie pierwszym z wyszczególnionych dopytywano o częstotliwość przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów w ankietowanych przedsiębiorstwach. Rozkład uzyskanych odpowiedzi jednoznacznie wskazywał na przewagę sporadycznych badań nad poziomem logistycznej obsługi klientów z ich udziałem, bo przeprowadzonych przez 31 przedstawicieli badanych podmiotów (72 %). Deklarację regularności w zastosowaniu pomiarów poziomu logistycznej obsługi wśród klientów złożyło 12 przedsiębiorców, czyli 28 % ogółu uzyskanych odpowiedzi. Rozkład odpowiedzi uzyskanych od ankietowanych przedsiębiorców na pytanie o częstotliwość przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród ich klientów, obrazuje rysunek 1.



Rys. 1. Częstotliwość przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów w badanych przedsiębiorstwach

Źródło: Opracowanie własne.

Kolejne zagadnienie poruszone w formularzu ankiety stanowi rozwinięcie uprzedniej kwestii, poprzez dopytanie respondentów o sposób przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów w ankietowanych przedsiębiorstwach. Spośród 43 wszystkich uzyskanych odpowiedzi, odnotowano tylko 3 jednostki gospodarcze (7 %), które przyznały korzystanie z pośrednictwa wyspecjalizowanej firmy w mierzeniu poziomu logistycznej obsługi klientów z ich udziałem. Pozostałe 40 podmiotów (93 %) prowadziło badania nad poziomem logistycznej obsługi wśród klientów we własnym zakresie. Rozkład odpowiedzi uzyskanych od ankietowanych przedsiębiorców na pytanie o sposób przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów, przedstawia rysunek 2

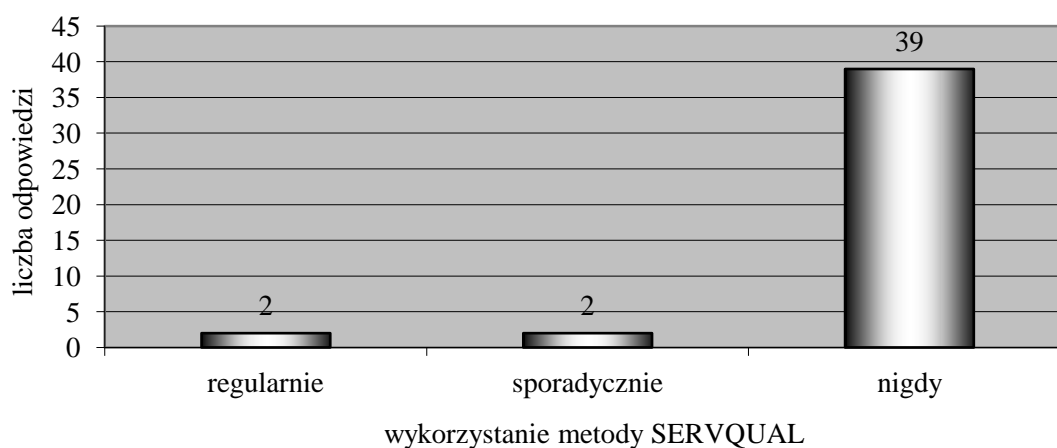


Rys. 2. Sposób przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów badanych przedsiębiorstw

Źródło: Opracowanie własne.

Trzeci punkt rozważań nad problematyką pomiaru poziomu logistycznej obsługi wśród klientów badanych przedsiębiorstw dotyczy zastosowania metody SERVQUAL w przeprowadzeniu pomiarów tego poziomu przy udziale klientów ankietowanych

podmiotów. Badania nad poziomem logistycznej obsługi wśród klientów przy wykorzystaniu metody SERVQUAL były przeprowadzane regularnie tylko w 2 przedsiębiorstwach (4,6 %), podobnie jak i sporadycznie - w 2 podmiotach (4,6 %). Nigdy nie stosowało wskazanej metody aż 39 przedsiębiorstw (90,8 %). Niewielka popularność omawianej metody pomiaru poziomu obsługi klienta wynikać może z jej nieznamomości wśród przedsiębiorców, dostrzeganych trudności w jej przeprowadzeniu bądź niewspółmiernie niskich korzyści z rezultatów jej zastosowania w stosunku do poniesionych przy tym nakładów. Rozkład odpowiedzi uzyskanych od ankietowanych przedsiębiorców na pytanie o zastosowanie metody SERVQUAL w przeprowadzaniu pomiarów poziomu logistycznej obsługi wśród klientów badanych przedsiębiorstw prezentuje rysunek 3.



Rys. 3. przedsiębiorstw Zastosowanie metody SERVQUAL w przeprowadzaniu pomiarów poziomu logistycznej obsługi wśród klientów badanych

Źródło: Opracowanie własne.

3. POMIARY POZIOMU LOGISTYCZNEJ OBSŁUGI KLIENTA A WIELKOŚĆ BADANYCH PRZEDSIĘBIORSTW

W punkcie pierwszym z wyszczególnionych dopytywano o częstotliwość przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów w ankietowanych przedsiębiorstwach. Rozkład udzielonych odpowiedzi respondentów w zależności od wielkości przedsiębiorstw, przedstawiono w Tabeli 1. Wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa częstotliwość przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów wzrasta znacząco, o czym świadczy ocena wartości współczynnika korelacji na poziomie - 0,634. Zwykle przedsiębiorstwa większe, ze względu na doświadczenie i czas funkcjonowania na rynku, usystematyzowują pracę do tego stopnia,

iż regularność – powtarzalność wszelkiego rodzaju badań umożliwia uproszczenie procedur i sposobów analizy pozyskanych wyników, oszczędzając czas oraz koszty.

Tabela 1. Częstotliwość przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów w badanych przedsiębiorstwach w zależności od wielkości przedsiębiorstw

Jeśli przeprowadzane są pomiary poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów przedsiębiorstwa, jak często się odbywają?	Rodzaj przedsiębiorstwa			
	mikro	małe	średnie	duże
w regularnych odstępach czasu	1	2	6	3
sporadycznie	12	17	2	0

Źródło: Opracowanie własne.

Kolejne zagadnienie poruszone w formularzu ankiety stanowi rozwinięcie uprzedniej kwestii, poprzez dopytanie respondentów o sposób przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów w ankietowanych przedsiębiorstwach. Dane zobrazowane w Tabeli 2 świadczą, iż wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstw, wzrasta zapotrzebowanie na usługi wyspecjalizowanych firm zewnętrznych w zakresie pomiaru poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów. Potwierdzeniem tej zależności jest wartość oceny współczynnika korelacji na poziomie 0,514. Przedsiębiorstwa mniejsze najczęściej przeprowadzają tego typu pomiary we własnym zakresie. Ich poprawność i bezstronność jest jednak dyskusyjna. W przypadku przedsiębiorstw średnich i dużych, na korzyść wykorzystania zewnętrznych firm przemawia: redukcja kosztów wynikająca zwykle z efektu skali oraz redukcja ryzyka wynikającego z błędów pomiaru lub potencjalnego braku kompetencji osób wykonujących badanie. Ewentualne koszty związane z reakcją przedsiębiorstw na błędne wyniki badań mogłyby być bowiem wyższe aniżeli koszty skorzystania z usług zewnętrznych specjalistów.

Tabela 2. Sposób przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów badanych przedsiębiorstw w zależności od wielkości przedsiębiorstw

Jeśli przeprowadzane są pomiary poziomu oferowanej logistycznej obsługi wśród klientów przedsiębiorstwa, kto je przeprowadza?	Rodzaj przedsiębiorstwa			
	mikro	małe	średnie	duże
przedsiębiorstwo we własnym zakresie	13	19	7	1
za pośrednictwem wyspecjalizowanej firmy	0	0	1	2

Źródło: Opracowanie własne.

Zamknięciem rozważań nad problematyką pomiaru poziomu logistycznej obsługi wśród klientów badanych przedsiębiorstw jest punkt formularza ankiety dotyczący zastosowania metody SERVQUAL w przeprowadzeniu pomiarów tego poziomu przy udziale klientów ankietowanych podmiotów. Zgodnie z wynikami Tabeli 3 metoda SERVQUAL wykorzystywana jest w przeprowadzaniu pomiarów poziomu logistycznej obsługi wśród klientów badanych przedsiębiorstw sporadycznie, jedynie przez większe przedsiębiorstwa. Wynika to przede wszystkim z jej nieznamości, biorąc pod uwagę sposób konstruowania tej metody, być może również z braku kompetencji pracowników przedsiębiorstw mniejszych. Z punktu widzenia mikro przedsiębiorstw wykorzystywanie bardziej zaawansowanych metod badawczych wydaje się być nieadekwatne do ważkości poszczególnych problemów zarządczych. W związku z powyższym, jak również z obawą utraty czasu, którego przy ograniczonej załodze zawsze brakuje, wielu przedsiębiorców woli zaniechać badań o większym zaawansowaniu niż narazić się na zastoje w pracy bieżącej.

Tabela 3. Zastosowanie metody SERVQUAL w przeprowadzaniu pomiarów poziomu logistycznej obsługi wśród klientów badanych przedsiębiorstw w zależności od wielkości przedsiębiorstw

Jeśli przeprowadzane są pomiary poziomu logistycznej obsługi klientów, czy stosowana jest metoda SERVQUAL?	Rodzaj przedsiębiorstwa			
	mikro	małe	średnie	duże
regularnie	0	0	0	2
sporadycznie	0	0	1	1
nigdy	13	19	7	0

Źródło: Opracowanie własne.

4. PODSUMOWANIE

Zaprezentowane wyniki badań nad sposobami przeprowadzania pomiarów poziomu logistycznej obsługi klienta zidentyfikowanymi wśród przedstawicieli przedsiębiorstw zarobkowego transportu samochodowego ładunków na terenie województwa śląskiego, umożliwiają sformułowanie konkluzji, iż ich sfera rozpoznawalna jest w procesach zarządzania badanymi przedsiębiorstwami, choć w stopniu inicjalnym.

Zadeklarowane częstotliwości przeprowadzania pomiarów poziomu oferowanej logistycznej obsługi klienta w badanych podmiotach gospodarczych uzyskały sugestywne zestawienie odpowiedzi, tj. jedynie niecałe 30 % respondentów regularnie wykonuje pomiary, wśród których tylko 5% wykorzystuje w tym celu metodę SERVQUAL. Podobnie wyjątkowo niepowszechne są pomiarowania poziomu logistycznej obsługi wśród klientów badanych

podmiotów gospodarczych za pośrednictwem wyspecjalizowanych w tym zakresie firm, praktykowane przez 7% przedsiębiorstw. Dla dominującej transzy zatem typowym rozwiązaniem jest sporadycznie przeprowadzany pomiar poziomu logistycznej obsługi klienta we własnym zakresie, z wykorzystaniem wewnętrznie wypracowanych mierników. Prawdopodobnie najistotniej determinują ten stan koszty zaangażowania specjalistycznych firm zewnętrznych, czasochłonność pomiarowania oraz niezajomość metody SERVQUAL.

W odniesieniu do wielkości eksplorowanych przedsiębiorstw, uzyskany podział odpowiedzi ich przedstawicieli najczęściej poświadczał tendencję do wzrostu ukierunkowania na przeprowadzanie nadmienionych pomiarów wraz ze wzrostem wielkości podmiotów. Duże i średnie przedsiębiorstwa zarówno częściej, jak i dogłębniej rozpatrują problematykę przeprowadzania badań określających poziom obsługi logistycznej zarówno wśród odbiorców swych usług, jak i wewnątrz organizacji.

LITERATURA

- Bowersox, D., Cross, D. i Cooper, M.B. (2012). *Supply chain logistics management*. USA: McGraw-Hill Education.
- Ciesielski, M. (2011). *Zarządzanie łańcuchami dostaw*. Warszawa: PWE.
- Bubel, D., Łęgowik-Świącik, S., Dziadkiewicz, M. i Wisniewska-Sałek, A. (2016). The Process Management in Non-Profit Organizations. *Valahian Journal of Economic Studies*, 7(3), 31-36.
- Hamrol, A. i Zymonik, Z. (2017). *Zarządzanie jakością*. W: Knosala, R. (red.), *Inżynieria produkcji. Kompendium wiedzy (561-636)*. Warszawa: PWE.
- Ingaldi, M. (2015). Analiza jakości usług w firmie przewozowej. *Logistyka*, 6, 142-146.
- Jacyna, M. (2009). *Modelowanie i ocena systemów transportowych*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej.
- Jelonek, D. i Byłok, F. (2017). *Wielowymiarowość współczesnego zarządzania organizacjami*. Częstochowa: Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.
- Jędralska, K. i Dyduch, W. (2017). *Nauki o zarządzaniu. Dokonania, trendy, wyzwania*. Katowice: Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.
- Kadłubek, M. (2018a). *Wywiady z klientami w zarządzaniu logistyczną obsługą klienta*. Materiały w druku.
- Kadłubek, M. (2018b). *Standardy i poziom logistycznej obsługi klienta w zarządzaniu przedsiębiorstwem*. Materiały w druku.
- Kempny, D. (2001a). *Logistyczna obsługa klienta*. Warszawa: PWE.
- Kempny, D. (2009b). *Obsługa klienta jako podstawa konkurencyjności firm w łańcuchach dostaw*. W: Kisperska-Moroń, D. i Krzyżaniak, S. (red.), *Logistyka (67-98)*. Poznań: Biblioteka Logistyka.

- Kozerska, M. i Konopka, M. (2017). Zarządzanie procesami logistycznymi na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa z branży transportowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej. *Autobusy. Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, R.18, 6 (208), 1435-1443.
- Krzakiewicz, K. (2007). *Kształtowanie procesu zmian w organizacjach*. Poznań: Wyd. AE w Poznaniu.
- Lichtarski, J. (2015). *Praktyczny wymiar nauk o zarządzaniu*. Warszawa: PWE.
- Niemczyk, J. i Stańczyk-Hugiet, E. (2014). Klient w strategiach organizacji biznesowych. *Nauki o zarządzaniu*, 2(19), 33-43.
- Nogalski, B. i Ronkowski, R. (2007). *Współczesne przedsiębiorstwo. Problemy funkcjonowania i zatrudniania*. Warszawa: TNOiK.
- Nowakowska-Grunt, J. i Starostka-Patyk, M. (2017). *Logistyka dystrybucji*. Warszawa: Wydawnictwa Komunikacji i Łączności.
- Osbert-Pociecha, G. i Nowosielski, S. (2016). *Meandry teorii i praktyki zarządzania. Księga jubileuszowa z okazji 45-lecia pracy naukowo-dydaktycznej Profesora Jana Lichtarskiego*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- Parasurman, A., Zeithaml, V. A. i Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.
- Romanowska, M. (2001). *Podstawy organizacji i zarządzania*. Warszawa: Wyd. Difin.
- Skowron-Grabowska, B. (2011). *Centra logistyczne w łańcuchach dostaw*. Warszawa: PWE.
- Skrzypek, E. (2002). *Jakość i efektywność*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Sobczyk, M. (2017). *Statystyka*. Warszawa: PWN.
- Szczepankiewicz, W. (2002) Obsługa logistyczna sektora handlu. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
- Wilmańska-Sosnowska, S. (2000). *Obsługa klienta jako czynnik sukcesu przedsiębiorstwa w warunkach konkurencji. W: Skuteczne zarządzanie sprzedażą w warunkach konkurencji – teoria, doświadczenie, tendencje*. Szczecin: Materiały Konferencyjne Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Wojewódzka- Król, K. i Załoga, E. (2016). *Transport. Nowe wyzwania*. Warszawa: PWN.