

# Ocena usług kurierskich przez mieszkańców miasta Siedlce

*The assessment of the courier service by the inhabitants of Siedlce*

Mateusz Kaszuba, Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

Grzegorz Czapski, Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny im. K. Pułaskiego w Radomiu, Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych

**Typ artykułu:** oryginalny artykuł naukowy.

**Źródło finansowania badań i artykułu:** środki własne Autorów.

**Cytowanie:** Kaszuba M., Czapski G., (2018) *Ocena usług kurierskich przez mieszkańców miasta Siedlec*, „Rynek-Społeczeństwo-Kultura” nr 2(28), s. 149-154, [https://kwartalnikrsk.pl/Artykuły/RSK2-2018/RSK2-2018-Kaszuba\\_Czapski-Ocena-uslug-kurierskich-przez-mieszkanow-miasta-Siedlce.pdf](https://kwartalnikrsk.pl/Artykuły/RSK2-2018/RSK2-2018-Kaszuba_Czapski-Ocena-uslug-kurierskich-przez-mieszkanow-miasta-Siedlce.pdf)

STRESZCZENIE

Artykuł przedstawia rynek usług kurierskich w Polsce z wyszczególnieniem tego sektora usług na terenie miasta Siedlce. Scharakteryzowane zostało pojęcie branży kurierskiej i standardów obsługi klienta. Zwrócono uwagę na wzrost liczby przesyłek i dochodów w danej branży w latach 2014-2017 oraz przyczyny składania reklamacji na usługi kurierskie. Przeprowadzone zostały zrealizowane na stu osobowej próbie badawczej złożonej z mieszkańców miasta Siedlce, którzy korzystają z usług kurierskich.

**Słowa kluczowe:** firmy kurierskie, paczki, przesyłki, usługi kurierskie.

The article presents the courier services market in Poland, detailing this service sector in the city of Siedlce. The concept of the courier industry and customer service standards have been characterized. Attention was paid to the increase in the number of shipments and incomes in a given industry in 2014-2017 and the reasons for lodging complaints about courier services. They were carried out on a one-man research sample composed of residents of the city of Siedlce, who use courier services.

**Keywords:** courier companies, parcels, shipment, courier service.

ABSTRACT

## Wstęp

Usługi kurierskie są branżą stosunkowo krótko funkcjonującą w Polsce, jednak cechującą się dynamicznym rozwojem. Swoją popularność wśród klientów indywidualnych zawdzięczają między innymi rozwojowi branży e-commerce. Klienci coraz rzadziej korzystają z usług pocztowych ze względu na bogatą ofertę przedsiębiorstw specjalizujących się w świadczeniu usług kurierskich.

Ze względu na dużą konkurencję rynkową operatorzy logistyczni, aby przyciągnąć do siebie nowych usługobiorców, cały czas rozszerzają swoją ofertę oraz dostosowują ją do rosnących wymagań klientów. Ponadto w odróżnieniu od standardowych usług pocztowych oferują oni krótszy czas dostawy oraz szereg udogodnień, do których należy zaliczyć pakiety usług dodatkowych, możliwość wyboru godziny doręczenia przesyłki oraz śledzenie przesyłki z wykorzystaniem najnowszej technologii. Rosnące zainteresowanie ofertą usług kurierskich odzwierciedla wzrastająca cały czas liczba podmiotów gospodarczych deklarujących ten charakter działalności.

W sektorze usług kurierskich nieodłącznym elementem ich oceny jest obsługa klienta. Bardzo często to właśnie ona ma decydujący wpływ na wybór danej firmy kurierskiej. Dla klientów indywidualnych duże znaczenie ma wysoki standard obsługi gwarantujący bezproblemowe oraz szybkie doręczenie przesyłki do odbiorcy.

## Charakterystyka branży usług kurierskich

Jednym z rodzajów usług logistycznych funkcjonujących na rynku są usługi kurierskie. O ich wydzieleniu spośród usług pocztowych zadecydowały różnice w organizacji przewozów oraz liczne przesłanki ekonomiczne. Usługi kurierskie nastawione są na przewóz specyficznej grupy ładunków charakteryzujących się standardowymi wymiarami ułatwiającymi wykonywanie czynności manipulacyjnych oraz

należących do określonego przedziału wagowego. Cechą odróżniającą usługi kurierskie od pocztowych jest krótki czas dostawy. Do udogodnień oferowanych przez firmy kurierskie zaliczyć można również internetową możliwość nadania przesyłki, usługę *track and tracing*, wysyłkę przesyłki za pobraniem, a także zapewnienie pełnej obsługi prawnej, w tym również celnej w przypadku przesyłek międzynarodowych (Rydzkowski 2004).

Usługi kurierskie są w Polsce dość młodą branżą, która rozwinęła się między innymi dzięki atrakcyjnemu położeniu geograficznemu kraju w środku Europy. W ostatnich latach, głównie ze względu na rozwój handlu elektronicznego, wśród klientów indywidualnych cały czas wzrasta popyt na realizację drobnicowych przewozów towarowych. Przy wyborze tego sektora usług szczególnie kierują się oni krótkim czasem dostarczania przesyłki, terminowością dostaw oraz stosunkowo wysokim bezpieczeństwem przewożonych towarów (Gulc 2017).

W Polsce, w obszarze branży KEP, czyli usług kurierskich, ekspresowych i paczkowych, funkcjonują zarówno podmioty gospodarcze o znaczeniu globalnym, jak również lokalne przedsiębiorstwa. Usługi świadczone przez firmy działające w tej branży można podzielić ze względu na różne kryteria. Pierwszym z nich jest rodzaj realizacji pomiędzy nadawcą przesyłki a jej odbiorcą. Wyróżnia się tutaj trzy podstawowe grupy usług (Gulc 2017):

- usługi B2B – gdzie obie strony są podmiotami instytucjonalnymi. Usługi kurierskie realizowane dla tej grupy klientów dostosowane są do obsługiwanej branży. W zależności od rodzaju przewożonego ładunku przedsiębiorstwa dostosowują warunki w środkach transportowych. Klienci biznesowi decydują się na ten rodzaj usług ze względu na szybkość, niezawodność oraz terminowość wykonywanych przewozów.
- usługi B2C – grupa obejmująca przesyłki od podmiotów instytucjonalnych do klientów indywidualnych. Ze względu na dynamicznie rozwijający się handel elektroniczny, jest to

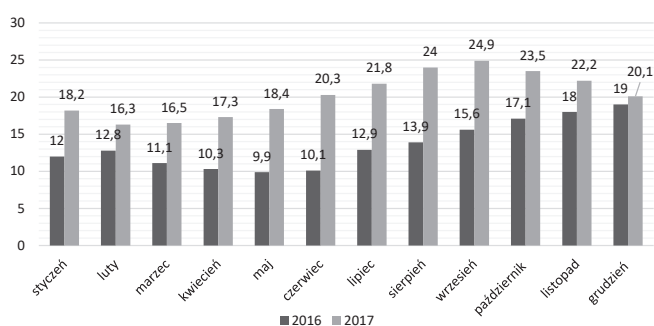
najszybciej rozwijająca się grupa usług. Podmioty działające w branży KEP (przesyłek kurierskich, ekspresowych i paczkowych) cały czas starają się sprostać wymaganiom odbiorców indywidualnych poprzez dostosowanie oferty do ich potrzeb, między innymi poprzez stworzenie udogodnień takich jak dostawa do domu, możliwość wyboru godziny odbioru przesyłki, możliwości zwrotu, a także tworzenie sieci punktów odbioru przesyłek;

- usługi C2X – nadawcami takiego rodzaju przesyłek są klienci indywidualni. Ponadto są one powiązane zazwyczaj z handlem elektronicznym lub mają charakter okolicznościowy (Rutkowski, Cichosz, Nowicka, Pluta-Zaremba 2011);

Drugim kryterium podziału jest zasięg dostawy przesyłek. Wymienia się cztery główne grupy usług. Są to usługi:

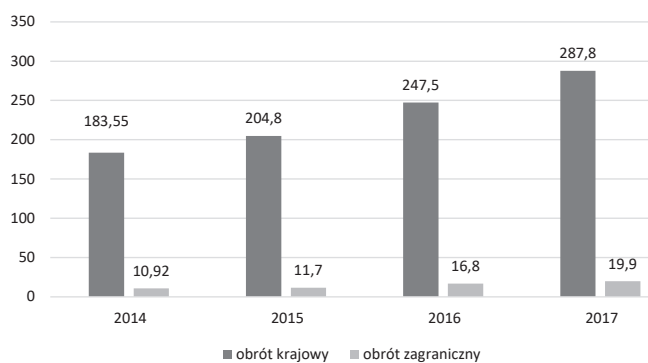
- lokalne – charakteryzujące się krótkim czasem dostawy, świadczone w na stosunkowo niewielkim terenie, np. na terenie danego miasta, do których realizacji oprócz samochodów dostawczych wykorzystywane są również rowery oraz skutery;
- regionalne – przewozy przesyłek wykonywane są na terenie określonego regionu, np. województwa. Dzięki niewielkiemu zasięgowi klienci najczęściej znają dostawców przez co chętniej korzystają z usług kurierskich;
- krajowe – ustandaryzowane usługi ekspresowe wykonywane na terenie całego kraju;
- międzynarodowe – usługi realizowane globalnie, których koszt oraz czas dostawy jest uzależniony od odległości pomiędzy miejscem nadania oraz odbioru. Usługi tego rodzaju świadczone są głównie przez międzynarodowe przedsiębiorstwa gwarantujące realizację w ściśle określonym przedziale czasowym oraz posiadające w swojej ofercie wiele udogodnień dla klientów związanych między innymi z obsługą wszystkich dokumentów czy też śledzeniem przesyłki. W okresie 2014 -2017 odnotowano systematyczny wzrost wolumenu oraz przychodów ze sprzedaży usług kurierskich (wykresy nr 1 i 2) zarówno w przypadku przesyłek krajowych jak i międzynarodowych. Łącznie operatorzy działający w branży KEP zrealizowali 307,8 mln sztuk usług przesyłkowych, z których przychód wyniósł ponad 3 972 mln zł (*Raport o stanie rynku pocztowego w 2016 roku, Raport o stanie rynku pocztowego w 2017 roku* 2018).

Wykres 1. Przesyłki według przychodów (mln zł) w latach 2014-2017



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Raport o stanie rynku pocztowego w 2016 roku 2017; Raportu o stanie rynku pocztowego w 2017 roku* 2018.

Wykres 2. Przesyłki według wolumenu w latach 2014-2017



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Raport o stanie rynku pocztowego w 2016 roku 2017; Raportu o stanie rynku pocztowego w 2017 roku* 2018.

W roku 2017 całkowita wartość rynku usług pocztowych osiągnęła ponad 8 418 mln zł, z czego największa część pochodziła z sektora usług kurierskich. Oznacza to wzrost wartości rynku w porównaniu do poprzednich lat. W tym samym roku odnotowano również spadek wolumenu standardowych usług pocztowych. Wynika z tego, że pomimo wyższych cen usług kurierskich, społeczeństwo coraz częściej korzysta z zaawansowanych świadczeń o krótkim czasie dostawy (*Raport o stanie rynku pocztowego w 2017 roku* 2018).

### Standardy obsługi klienta w branży kurierskiej

Rozwijający się handel elektroniczny determinuje coraz wyższe oczekiwania klientów wobec firm kurierskich. Zapotrzebowanie na usługi transportowe realizowane w krótkim czasie jest coraz większe i różnorodne ze względu na wielkość i typ zamawianych towarów. Osoby korzystające z usług kurierskich oczekują szybkiej realizacji zlecenia, swobodnego dostępu do informacji o przesyłce oraz korzystnego systemu reklamacji i zwrotów (Kawa 2014). Funkcjonujący na rynku operatorzy z branży TSL starają się w swojej działalności połączyć trzy kluczowe elementy: jakość, marketing i obsługę klienta. Dzięki stosowaniu narzędzi marketingu relacyjnego, przedsiębiorstwa nawiązują długotrwałe kontakty ze swoimi klientami. Pozwala to również na otrzymanie rzetelnej informacji zwrotnej o jakości oferowanych usług. Późniejsza analiza oraz uwzględnienie otrzymanych opinii pozwala na doskonalenie oferty oraz na jeszcze lepsze dostosowanie jej do potrzeb rynkowych (Dyczkowska 2014).

W celu utrzymania oczekiwanego poziomu świadczonych usług, firmy logistyczne przygotowują plany zarządzania cechujące się przede wszystkim projekcją jakościowym. Skuteczność takiego systemu zarządzania jest jednak uzależniona od wielu różnych czynników, do których zalicza się: wielkość przedsiębiorstwa, jego strukturę organizacyjną, obecną sytuację rynkową wraz z konkurencją, a także wymagania klientów. Zaprojektowany system jest później doskonalony podczas trwania poszczególnych procesów logistycznych. Wyróżnia się cztery podstawowe etapy rozwoju wdrożonego do organizacji systemu (Dyczkowska 2014):

- etap kontroli jakości nastawiony na realizację zaplanowanych założeń, w trakcie którego można jeszcze wprowadzać ewentualne poprawki;
- etap zapewnienia jakości – obejmuje cały proces świad-

czenia usługi, a nie tylko jego część. Istotnym elementem jest tutaj przeprowadzana systematycznie kontrola jakości, pozwalająca na uzyskanie satysfakcjonującego wyniku końcowego;

- etap zarządzania jakością – etap przejściowy, podczas którego doskonalone są umiejętności personelu biorącego udział w procesie świadczenia usługi;
- etap kompleksowego zarządzania jakością – nastawiony głównie na ciągłe doskonalenie oraz podnoszenie jakości wykonywanych usług między innymi poprzez podnoszenie kompetencji pracowników czy też doskonalenie pracy zespołowej. Ten końcowy etap określany jest również pojęciem TQM – czyli *Total Quality Management*.

Osoby korzystające z usług kurierskich oczekują usługi charakteryzującej się przede wszystkim wysoką jakością procesu jej świadczenia, zarówno pod względem terminowości, jak i dobrego kontaktu z firmą. Operatorzy, aby sprostać wymaganiom swoich klientów starają się wprowadzać rozwiązania mające na celu optymalizację procesu doręczania przesyłek. Przykładem takiego rozwiązania jest usługa Predict oferowana przez firmę DPD, dzięki której odbiorca przesyłki dostaje szczegółowe informacje odnośnie czasu oraz miejsca dostawy. Ponadto obie te informacje można dowolnie zmieniać. Dużym udogodnieniem dla klientów firmy DPD jest również sieć punktów nadeń DPD Pickup, znajdujących się w dogodnych lokalizacjach, gdzie bez problemu można nadać oraz odebrać przesyłkę.

Ze względu na małe zróżnicowanie ofert pod względem cenowym, kolejnym bardzo ważnym czynnikiem decydującym o wyborze firmy kurierskiej są usługi dodatkowe. W ofercie firma DPD Polska posiada aplikacje pozwalające na zarządzanie przez klienta procesem wysyłki. Dzięki temu rozwiązaniu możliwe jest zwiększenie efektywności procesu dostawy (*Operator logistyczny roku 2016*).

Według statystyk prowadzonych przez Urząd Komunikacji Elektronicznej w 2017 roku do operatorów funkcjonujących na rynku pocztowym wpłynęło prawie 864 tysięcy reklamacji dotyczących świadczonych usług kurierskich. Tabela 1 prezentuje przyczyny złożonych reklamacji oraz stan ich rozpatrzenia.

Najczęstszą przyczyną niezadowolenia klientów było opóźnienie doręczenia przesyłki. Wnioski te stanowiły aż 63,90% ogólnej liczby reklamacji. Na drugim miejscu (13,20%) znalazło się „inne”. Pozostałe złożone reklamacje związane były z uszkodzeniem dostarczanej przesył-

ki (13,10%), całkowitą utratą przesyłki (8,10%) i ubytkiem zawartości (1,10%) (*Raport o stanie rynku pocztowego w 2017 roku 2018*).

### Charakterystyka osób korzystających z usług kurierskich w Siedlcach

Do przeprowadzenia badań dotyczących korzystania z usług kurierskich wykorzystano kwestionariusze osobowe umieszczone na stronie: [www.webankieta.pl](http://www.webankieta.pl), które zostały poprawnie wypełnione przez 100 mieszkańców miasta Siedlce. Badanie zostało przeprowadzone przez autorów w dniach 1-31 maja 2018 roku. Badanie miało charakter anonimowy oraz było podzielone na dwie części – metryczkę oraz pytania mające na celu poznanie opinii na temat usług świadczonych przez firmy kurierskie na terenie miasta Siedlce oraz jakości obsługi klienta.

Badana grupa była zróżnicowana pod względem wielu kryteriów, między innymi wiekowym, wykształcenia oraz statusu zawodowego, dokładne dane przedstawia tabela 2. Zdecydowaną większość, bo aż 64%, respondentów stanowiły kobiety. W badaniu wzięło udział jedynie 36 mężczyzn. Badana grupa była zróżnicowana również pod względem wiekowym. W kolejnym pytaniu respondenci zostali poproszeni o podanie przedziału wiekowego, w którym się znajdują. Najliczniejszą grupę ankietowanych stanowiły osoby młode, mieszczące się w przedziale wiekowym od 18 do 25 lat, których udział wyniósł 67%. Drugą, co do wielkości, grupą badanych były osoby w wieku 26-35, które stanowiły 20% ogólnej liczby badanych. Najmniej liczne grupy wiekowe to osoby w wieku 36-50 lat oraz powyżej 50 lat, ich udział procentowy wyniósł kolejno 7% i 6%. Respondenci byli również zróżnicowani pod względem poziomu wykształcenia. Ponad połowę respondentów (51%) stanowiły osoby z wykształceniem wyższym. 25% zadeklarowało wykształcenie wyższe niepełne, a 14% wykształcenie średnie. Jedynie 4 osoby zaznaczyły wykształcenie podstawowe, a 6 osób wskazało posiadanie wykształcenia zawodowego. Kolejną cechą różnicującą grupę badanych osób był ich status zawodowy. W pytaniu można było zaznaczyć kilka odpowiedzi. Analizując odpowiedzi należy stwierdzić, że aż 51% badanych osób to studenci, drugą równie liczną grupę stanowiły osoby pracujące (49%). Wśród ankietowanych było 18 uczniów. Najmniej wskazań, bo jedynie 7, uzyskał status osoby bezrobotnej. W badaniu nie wzięli udziału emeryci i renciści.

Tabela 1. Przyczyny składanych reklamacji na usługi kurierskie w 2017 roku

Sposób rozpatrzenia	Uwzględnione	Odrzucone	W toku	Ogółem	Udział %
<b>Utrata przesyłki</b>	31 702	36 073	1 803	69 587	8,10%
<b>Ubytek zawartości przesyłki</b>	4 106	5 114	429	9 649	1,10%
<b>Uszkodzenie przesyłki</b>	46 429	60 594	6 314	113 337	13,10%
<b>Opóźnienie w stosunku do gwarantowanego terminu doręczenia</b>	351 533	191 904	9 061	552 498	63,90%
<b>Nieprawidłowe wypełnienie ZPO</b> (Dokument potwierdzający odbiór przesyłki rejestrowanej)	221	330	0	551	0,10%
<b>Zwroćenie przesyłki niezgodne z terminem</b>	408	927	0	1 335	0,20%
<b>Zwroćenie przesyłki z uwagi na nieprawidłowo wskazany powód</b>	1 632	2 033	0	3 665	0,40%
<b>Inne</b>	42 832	70 219	1 276	114 327	13,20%
<b>Razem</b>	478 863	367 197	18 889	864 949	100,00%

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Raport o stanie rynku pocztowego w 2017 roku 2018*.

Tabela 2. Odpowiedzi respondentów na pytania metryczkowe

PRÓBA OGÓLNA		
Wyszczególnienie	Ilość	%
<b>Kobiety</b>	64	64,00%
<b>Mężczyźni</b>	36	36,00%
Wiek		
Wyszczególnienie	Ilość	%
<b>18 - 25 lat</b>	67	67,00%
<b>26 - 35 lat</b>	20	20,00%
<b>36 - 50 lat</b>	9	7,00%
<b>50 lat i więcej</b>	2	6,00%
Wykształcenie		
Wyszczególnienie	Ilość	%
<b>Podstawowe</b>	4	4,00%
<b>Zawodowe</b>	6	6,00%
<b>Średnie</b>	14	14,00%
<b>Wyższe niepełne</b>	25	25,00%
<b>Wyższe</b>	51	51,00%
Status zawodowy		
Wyszczególnienie	Ilość	%
<b>Uczeń</b>	67	67,00%
<b>Student</b>	51	51,00%
<b>Osoba pracująca</b>	49	49,00%
<b>Bezrobotny</b>	7	7,00%
<b>Emeryt</b>	0	0,00%
<b>Rencista</b>	0	0,00%

Źródło: badanie własne.

Respondenci zostali poproszeni o wskazanie częstotliwości korzystania z usług kurierskich. Najwięcej z nich, bo aż 42%, korzysta z usług parę razy w roku. 28,00% ankietowanych zadeklarowało korzystanie z tego rodzaju usług przynajmniej kilka razy w miesiącu, a 23% wskazało na korzystanie raz w miesiącu. Jedynie 5 osób korzysta z usług kurierskich raz w tygodniu, a 2 osoby kilka razy w tygodniu. Na podstawie wyników przeprowadzonej ankiety można stwierdzić, że usługi kurierskie są bardzo popularną opcją dostarczania towarów.

Kolejną analizowaną kwestią były preferencje respondentów przy wyborze firmy kurierskiej. Najwięcej ankietowanych wybrało firmę DPD. Stanowili oni 32% ogólnej liczby badanych. Kolejną najczęściej wybieraną firmą było przedsiębiorstwo DHL, które wskazało 27 osób. 18% ankietowanych zadeklarowało korzystanie z usług firmy InPost. Mniej liczną grupę, 12 osób, stanowili respondenci korzystający z usług Poczty Polskiej. Najmniej wskazań odnotowano w GLS – 5%. Firmy UPS oraz FedEx zostały wskazane jedynie w 6% kwestionariuszy, po 3% dla każdej z nich. Wyniki tego pytania pozwalają stwierdzić, że klienci najchętniej korzystają z usług znanych firm posiadających stabilną pozycję na rynku branży KEP.

Następnie ankietowani zostali zapytani o najczęściej wybierany przez nich zasięg zamawianych usług. Najwięcej, bo aż 86% badanych wykorzystuje usługi kurierskie do przewozu przesyłek wewnątrz kraju. Z usług o innym zasięgu korzysta jedynie 14% osób, w tym 9 z nich korzysta z wysyłek miejskich, a 5 z nich korzysta z wysyłek międzynarodowych. Na podstawie odpowiedzi na to pytanie można wywnioskować, że największe zapotrzebowanie jest na usługi kurierskie o zasięgu krajowym. Ludzie chętnie korzystają z tego rodzaju przewozu, głównie ze względu na krótki czas dostawy oraz stosunkowo niskie koszty. Mały odsetek osób korzystających z usług

o miejskim zasięgu może wiązać się z ich ograniczoną dostępnością – są one świadczone jedynie w większych miastach.

Następne pytanie dotyczyło sposobów zamawiania usług kurierskich. 65% respondentów wskazało na korzystanie z formularzy umieszczonych na stronie wybranej firmy. 15 osób kontaktuje się z usługodawcami za pomocą poczty elektronicznej. 9% ankietowanych składa zamówienia na przewozy osobiście w punktach firmowych, 7% robi to telefonicznie, a 4% osób biorących udział w ankiecie deklaruje jedynie zamawianie towarów, które są dostarczane przez firmy kurierskie. Na podstawie analizy udzielonych odpowiedzi można stwierdzić, że klienci firm kurierskich najchętniej wybierają elektroniczną formę zamawiania usług ze względu na wygodę takiego rozwiązania.

Z kolei w pytaniu dotyczącym preferowanej formy dostawy większość ankietowanych zaznaczyła opcję dostawy do domu. Osoby te stanowiły 62% wszystkich ankietowanych. 19% osób najczęściej wybiera dostawę towarów do wskazanych przez siebie punktów odbioru. Natomiast 14% jako dogodną formę dostawy wskazało paczkomaty, a 5% respondentów korzysta z opcji paczki w ruchu. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że klienci najchętniej korzystają z dostaw w formie *door to door* oraz z punktów odbioru. Wyboru takiego dokonują ze względu na wygodę oraz dogodną lokalizację punktów firmowych, które umieszczane są w najczęściej uczęszczanych miejscach.

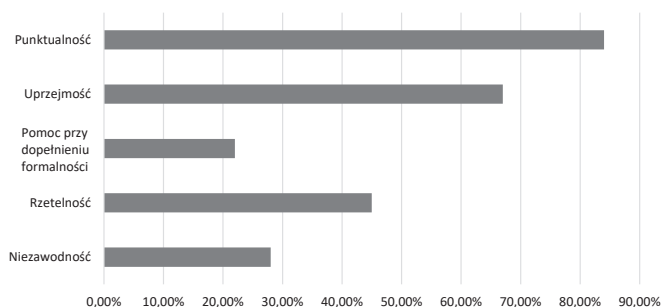
W kolejnym pytaniu ankietowani zostali poproszeni o wskazanie od 1 do 3 kryteriów, które według nich determinują wybór odpowiedniej firmy kurierskiej. Najwięcej wskazań – 85 uzyskały dwie odpowiedzi: czas oczekiwania na przesyłkę oraz koszt usługi. Drugą najczęściej wybieraną odpowiedzią była terminowość usług. Odpowiedź tą zaznaczono 28 razy. Niewiele mniej uzyskała opcja oferowanych usług dodatkowych. Według 27 badanych jest to cecha decydująca o wyborze danego operatora. Według 18 osób istotna jest dostępność punktów odbioru. 17 osób wybrało bezpieczeństwo przesyłki, 15 osób kontakt z firmą. Najmniej wskazań uzyskały natomiast odpowiedzi takie jak doświadczenie firmy (8) oraz opinie rodziny i znajomych (6). Z powyższej analizy wywnioskować można, iż ankietowani podczas wyboru firmy kurierskiej kierują się nie tylko czynnikami podstawowymi takimi jak koszt oraz czas realizacji usługi, ale zwracają również uwagę na usługi dodatkowe oferowane przez przedsiębiorstwa, które podnoszą atrakcyjność oferty.

W następnym pytaniu respondenci musieli odpowiedzieć na pytanie czy korzystają z jakichkolwiek usług dodatkowych dostępnych w ofertach firm. Jak wynika z uzyskanych odpowiedzi, z usług dodatkowych korzysta 40% ankietowanych. Aż 60 osób biorących udział w badaniu nigdy nie skorzystało z dodatkowo płatnych opcji dostawy oferowanych przez firmę kurierską.

Osoby, które w poprzednim pytaniu zadeklarowały korzystanie z usług dodatkowych poproszone zostały dodatkowo o wskazanie najczęściej wybieranych przez nich opcji. W pytaniu można było zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź. Największą popularność, bo aż 31 wskazań, osiągnęły dodatkowe informacje wysyłane przez firmę SMS-em. Znacznie mniej osób korzystało z niestandardowych godzin dostaw towarów. Odpowiedź tą zaznaczyło 11 osób. Najmniej respondentów – 3 miało do czynienia z dodatkowym pakietem ubezpieczenia.

Jakość obsługi klienta w firmach kurierskich w dużym stopniu zależy od cech oraz kompetencji dostawcy. Ankietowani w kolejnym pytaniu zostali poproszeni o wskazanie najważniejszych z nich. Rozkład odpowiedzi udzielonych respondentów przedstawiono na wykresie 3.

Wykres 3. Istotne cechy dostawcy

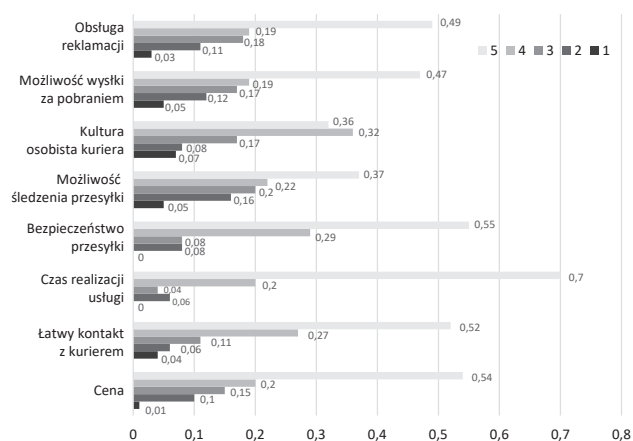


Źródło: badania własne.

Według 84% ankietowanych osób najważniejsza jest punktualność kuriera. Dla klientów bardzo istotna jest również uprzejmość obsługi. Opcję tę wskazało 67 osób. Na trzecim miejscu pod względem ilości wskazań znalazła się rzetelność. Cechę tę zaznaczyło 45 osób. Nieco ponad jedna czwarta respondentów jako ważną cechę wskazała niezawodność. Z uzyskanych odpowiedzi wynioskować można, iż dla współczesnych klientów niezwykle istotne jest nie tylko dotrzymywanie wyznaczonych terminów dostaw przesyłek, ale również cechy charakteru dostawcy, takie jak na przykład uprzejmość.

W kolejnym pytaniu ankietowani zostali poproszeni o wskazanie w skali od 1 do 5, w jakim stopniu ważne są wymienione elementy podczas wyboru firmy kurierskiej. Ocena 1 oznaczała mało istotny element, a 5 bardzo ważny. Według 70% ankietowanych najważniejszym elementem decydującym o wyborze operatora pocztowego jest czas realizacji usługi. Na drugim miejscu respondenci wskazali bezpieczeństwo przesyłki. Element ten został wskazany jako bardzo ważny przez 55 osób. Niewiele mniej ankietowanych jest przekonanych, że duże znaczenie odgrywa cena. Odpowiedzi takiej udzieliły 54 osoby. Mniej istotny wpływ na decyzje klientów mają natomiast czynniki takie jak możliwość śledzenia przesyłki czy kultura osobista kuriera.

Wykres 4. Wpływ poszczególnych elementów na jakość usług kurierskich



Źródło: badania własne.

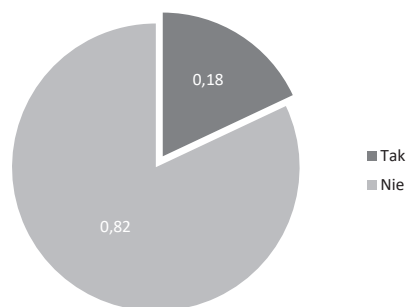
Ankietowani ocenili terminowość usług kurierskich. W skali od 1 do 5 musieli wskazać poziom swojego zadowolenia z terminowości usług kurierskich, gdzie 1 oznaczał ocenę najniższą, a 5 najwyższą (wykres 5). Najwięcej respondentów wskazało wartość 4. Osoby te stanowiły 54%. Ocenę 3 zaznaczono 9 razy. Ocenę na poziomie 2 wybrały jedynie 2 osoby. Całkowicie niezadowolony był tylko jeden ankietowany. Warto zauważyć, że aż 34 z badanych osób było

w pełni usatysfakcjonowanych z terminowości wykonanej usługi. Na podstawie udzielonych odpowiedzi można stwierdzić, że terminowość usług kurierskich jest na bardzo dobrym poziomie. Obecnie klienci prawie każdej firmy kurierskiej mają możliwość śledzenia przesyłki na każdym etapie jej trasy. Dodatkowym udogodnieniem jest również otrzymywanie informacji SMS zawierającej planowany czas dostarczenia przesyłki.

Respondenci mieli również możliwość podzielenia się odczuciami, co do kontaktu z firmą kurierską. Tak jak w poprzednim pytaniu zostali poproszeni o zaznaczenie ogólnego poziomu zadowolenia w skali od 1 do 5. Najwięcej osób wybrało ocenę 4 (53%). 27% ankietowanych klientów uważa, że kontakt z kurierem jest na bardzo dobrym poziomie. 9 osób było średnio zadowolonych, natomiast 3 osoby zaznaczyły odpowiedzi poniżej średniego poziomu.

Zdecydowana większość ankietowanych nigdy nie składała reklamacji na świadczone usługi kurierskie. Jedynie 18% z nich miało zastrzeżenia co do poprawności wykonania zleconej przez nich usługi przewozowej. Tak mały odsetek niezadowolonych osób utwierdza w przekonaniu, że firmy kurierskie cały czas dążą do podnoszenia jakości świadczonych przez nie usług oraz do jak najlepszego dostosowania się do potrzeb swoich klientów (wykres 5).

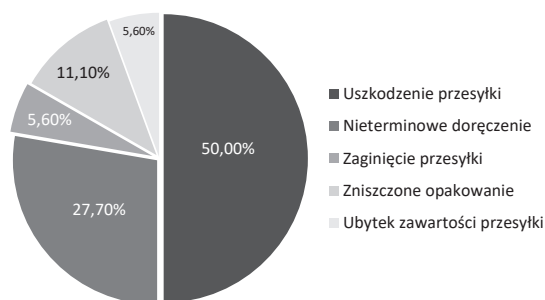
Wykres 5. Reklamacje usług kurierskich



Źródło: badania własne.

Osoby niezadowolone z wykonanej usługi miały również możliwość podzielenia się przyczyną takiej sytuacji. Połowa z nich miała problem z uszkodzeniem dostarczanej przesyłki. Prawie 28% respondentów złożyło reklamację z powodu nieterminowego wykonania zleconej usługi. 2 osoby otrzymały przesyłki w zniszczonym opakowaniu, natomiast najmniej problemów wystąpiło w związku z zaginięciem przesyłki oraz ubytkiem jej zawartości. Obie te opcje wskazane zostały przez jedną osobę. Strukturę udzielonych odpowiedzi zaprezentowano na wykresie 6.

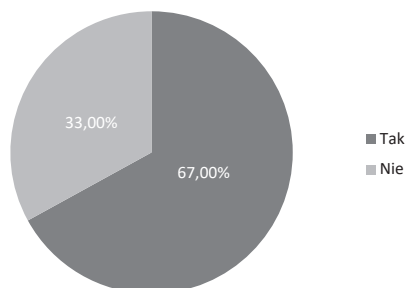
Wykres 6. Przyczyny składania reklamacji



Źródło: badania własne.

W przedostatnim pytaniu ankietowani składający reklamację zostali zapytani o wynik jej rozpatrzenia. Firmy uwzględniły 12 reklamacji złożonych przez respondentów. 6 osób dostało natomiast decyzję odmowną i nie dostali odszkodowania z tytułu źle wykonanej usługi. Wyniki odpowiedzi na to pytanie zamieszczono na wykresie 7.

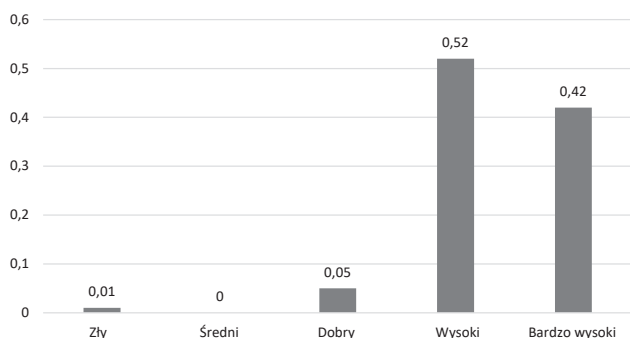
Wykres 7. Uwzględnienie reklamacji przez firmę



Źródło: badania własne.

Na zakończenie ankiety respondenci zostali zapytani o ogólny poziom zadowolenia z usług świadczonych przez firmy kurierskie. Jedynie jedna osoba była zdecydowanie niezadowolona jakością świadczonych usług. Najwięcej osób (52) było zadowolonych z zamówionych usług. Co więcej, niewiele mniej, bo 42% ogólnej liczby osób określiło swój poziom zadowolenia jako bardzo wysoki (wykres 8).

Wykres 8. Ogólny poziom zadowolenia z usług kurierskich



Źródło: badania własne.

Podsumowując wyniki przeprowadzonego badania ankietowego można stwierdzić, że w Polsce istnieje duże zapotrzebowanie na usługi kurierskie. Coraz więcej osób korzysta z nich regularnie. Są to w szczególności ludzie młodzi. Wzrastająca cały czas konkurencja rynkowa w branży KEP wpływa znacząco na zwiększenie wymagań klientów. Wiele z nich oprócz standardowych opcji przewozu oczekuje od firm kurierskiej posiadania bogatej oferty usług dodatkowych jak najlepiej dostosowanych do ich indywidualnych potrzeb. Podczas wyboru operatora pocztowego klienci biorą pod uwagę również jakość obsługi, czas realizacji zlecenia oraz jego koszt.

## Podsumowanie

Rynek usług kurierskich jest obecnie jedną z najdynamiczniej rozwijających się branż w Polsce. Usługi te wyróżniają się posiadaniem specyficznej wartości dodanej, na którą składają się sposób wykonania oraz obsługa klienta.

Na polskim rynku funkcjonują przedsiębiorstwa o zróżnicowanym charakterze i zasięgu. Występują zarówno te o znaczeniu międzynarodowym, których działalność jest rozpoznawana w wielu krajach na świecie, jak również firmy o znaczeniu lokalnym oferujące głównie usługi na terenie kraju bądź aglomeracji. Głównymi elementami wyróżniającymi ofertę danego przedsiębiorstwa spośród usług oferowanych przez inne podmioty gospodarcze są: czas dostawy przesyłki do odbiorcy, zasięg świadczenia usług, obsługiwane grupy ładunków, a także wykorzystywane gałęzie transportu. Dodatkowo operatorzy oprócz podstawowych usług oferują obecnie pełną obsługę logistyczną.

Z usług kurierskich korzystają zarówno przedsiębiorstwa, jak i osoby indywidualne. Klienci w dalszym ciągu zwracają uwagę na podstawowe cechy usług. Wśród nich istotna jest cena. Jednakże do głównych czynników przyczyniających się do wyboru operatora zalicza się także: terminowość dostawy, bezpieczeństwo przesyłki oraz typy oferowanych usług.

Obecnie obserwuje się znaczący wzrost jakości usług oferowanych przez firmy kurierskie. Ze względu na dużą konkurencję oraz rosnące wymagania klientów, przedsiębiorstwa dokonują licznych inwestycji w posiadaną infrastrukturę oraz systemy informatyczne. Czynnikiem to, aby wzbogacić swoją ofertę, usprawnić swoje procesy oraz przyspieszyć czas realizacji zamówień. Dodatkowo duża część firm działających na polskim rynku coraz częściej decyduje się na specjalizację swoich usług dla danej branży. Dzięki dostosowaniu swoich ofert do niszowych części gospodarki, zwiększają one swoją konkurencyjność.

Na podstawie badań stwierdzono, że jednym z kluczowych elementów wpływających na wybór firmy kurierskiej wśród mieszkańców Siedlec jest jakość obsługi klienta. Ponadto współcześnie funkcjonujące przedsiębiorstwa dążą do rozbudowywania oferty świadczonych usług oraz dostosowania jej do sytuacji rynkowej i potrzeb klientów. W dążeniu do zapewnienia jak najwyższej jakości obsługi klienta niezbędne jest wdrażanie kompleksowych rozwiązań mających na celu usprawnienie realizowanych czynności oraz ich ciągła kontrola jakościowa.

Należy oczekiwać, że w kolejnych latach branża usług kurierskich będzie się w dalszym ciągu rozwijać. Sprzyjać temu będzie przede wszystkim postępująca globalizacja oraz rozwój sieci połączeń międzygałęziowych oraz poprawa stanu krajowej infrastruktury drogowej.

## Bibliografia

1. Dyczkowska J., (2014) *Marketing usług logistycznych*, Warszawa: Wydawnictwo Difin.
2. Gulc A., (2017) *Charakterystyka usług kurierskich w Polsce* [w:] Humanities and Social Sciences, 1/2017.
3. Kawa A., (2014) *Logistyka e-handlu w Polsce*, Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
4. Operator logistyczny roku 2016: Raport specjalny, Eurologistics nr 6/2016, Wydawnictwo Eurologistics, Suchy Las 2016.
5. *Raport o stanie rynku pocztowego w 2016 roku*, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Warszawa 2017.
6. *Raportu o stanie rynku pocztowego w 2017 roku*, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Warszawa 2018.
7. Rutkowski K., Cichosz M., Nowicka K., Pluta-Zaremba A., (2011) *Branża przesyłek kurierskich, ekspresowych i pocztowych. Wpływ na polską gospodarkę*. Warszawa: Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Ekspertyz Gospodarczych SGH.
8. Rydzkowski W., (2004) *Usługi logistyczne*, Poznań: Wydawnictwo Biblioteka Logistyka.