

Nowoczesne Systemy Zarządzania
Zeszyt 13 (2018), nr 3 (lipiec-wrzesień)
ISSN 1896-9380, s. 53-66



Instytut Organizacji i Zarządzania
Wydział Cybernetyki
Wojskowa Akademia Techniczna
w Warszawie

Modern Management Systems
Volume 13 (2018), No. 3 (July-September)
ISSN 1896-9380, pp. 53-66

Institute of Organization and Management
Faculty of Cybernetics
Military University of Technology

Doskonalenie wybranych obszarów obsługi klienta na przykładzie portu lotniczego

The improving of selected areas of customer service on the example of the airport

Marta Daroń

Politechnika Częstochowska,
Wydział Zarządzania

Marlena Wilk

Politechnika Częstochowska,
Wydział Zarządzania

Abstrakt. W artykule przedstawiono najważniejsze zagadnienia związane z obsługą klienta i jej wpływem na poziom satysfakcji klienta. Dokonano krótkiej charakterystyki rynku usług transportu lotniczego w Polsce i porównano najważniejsze porty lotnicze pod względem wielkości, posiadanej infrastruktury, obsługiwanych kierunków i linii lotniczych, z którymi one współpracują. Za cel pracy przyjęto dokonanie analizy wybranych obszarów obsługi klienta (pasażera) na jednym z opisanych portów lotniczych. Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety skierowany do pasażerów oraz do pracowników mających kontakt z podróżnymi w trakcie korzystania z usług oferowanych przez port lotniczy. Dzięki konfrontacji odpowiedzi dwóch grup respondentów, możliwe stało się wskazanie obszarów wymagających doskonalenia w obsłudze klienta.

Słowa kluczowe: doskonalenie, obsługa klienta, transport lotniczy, zarządzanie, jakość.

Abstract. In the article there are presented the most important issues related to customer service and its impact on the level of customer satisfaction. A short description of the air transport services market in Poland was made and the most important airports were compared in terms of size, infrastructure, and the supported directions and airlines with which they cooperate. The aim of the paper was to analyze selected areas of customer service (passenger) at one of the described airports. The research tool was a questionnaire addressed to passengers and to employees who had contact with travelers while using the services offered by the airport. Thanks to the confrontation of the responses of two groups of respondents, it was possible to identify areas for improvement in customer service.

Keywords: improving, customer service, air transport, management, quality.

Wstęp

Obsługa klienta stanowi jeden z obszarów szeroko opisywanych m.in. przez przedstawicieli nauk z zakresu marketingu czy logistyki. Analiza literatury przedmiotu pozwala na stwierdzenie, że zapewnienie odpowiedniego poziomu obsługi klienta rozumiane jest jako umiejętność zaspokajania oczekiwań oraz wymagań klientów, w szczególności w zakresie miejsca oraz czasu zamawianych dostaw produktów czy dostarczanej usługi, przy zastosowaniu wszelkich dostępnych form aktywności marketingowej, logistycznej, finansowej, operacyjnej i in. Całościowy proces obsługi klienta powinien kompleksowo uwzględniać trzy rodzaje elementów, a mianowicie elementy przedtransakcyjne, których celem jest przygotowanie podmiotu do obsługi klienta, elementy transakcyjne, dotyczące bezpośredniego kontaktu klienta z przedsiębiorstwem i skutecznego przeprowadzenia transakcji przy uwzględnieniu oczekiwań klienta, oraz elementy potransakcyjne, umożliwiające przedsiębiorstwu utrzymywanie nawiązanych relacji z klientem. We współczesnej rzeczywistości rynkowej światowi liderzy rynku, w imię konkurencyjności w pozyskiwaniu klienta, przy zapewnieniu wysokich standardów jakości, dążą do osiągnięcia poziomu doskonałości działania, co staje się kluczowym elementem w walce o utrzymanie klienta i jego satysfakcję.

Rynek usług lotniczych rządzi się określonymi prawami. Pewne ograniczenia w istnieniu i kształcie infrastruktury tej gałęzi transportu oraz uwarunkowania działalności linii lotniczych, jak i poziom cen usług transportu lotniczego narzucają niekiedy konsumentom konieczność wyboru usługi transportowej nie w pełni spełniającej ich oczekiwania. Zatem pojawia się dysonans między oczekiwaniami klientów a poziomem ich zadowolenia. Nie we wszystkich aspektach, wpływających na osiągnięcie przez klientów satysfakcji z wykonanej usługi transportowej, możliwe jest wprowadzenie usprawnień, dzięki którym dokonywałyby się pozytywne zmiany. Jednakże, z uwagi na intensywny rozwój rynku lotniczego, zapewnienie odpowiedniego poziomu obsługi klienta (pasażera) jest sprawą kluczową. Dlatego porty lotnicze, jako miejsca, w których następuje skrzyżowanie funkcji obsługi podróżnych oraz funkcjonowania różnego typu podmiotów – linii lotniczych, czy też firm usługowych, muszą stale badać poziom obsługi klienta i dążyć do jego doskonalenia.

Celem artykułu była analiza poziomu jakości wybranych obszarów obsługi klienta w jednym z portów lotniczych na terenie Polski. Analizy dokonano na podstawie danych zebranych za pomocą kwestionariusza skierowanego dwukierunkowo – zarówno do pasażerów, jak i do pracowników zaangażowanych w proces obsługi podróżnych. Wyniki analizy zaprezentowano w dalszej części pracy.

1. Istota obsługi klienta

Istotą procesu obsługi klienta jest osiągnięcie nadrzędnego celu, który ukierunkowany jest na uzyskanie satysfakcji klientów, a także wypracowanie planowanych rezultatów sprzedażowych (Grabara, Nowakowska, 2010, s. 506). Z kolei satysfakcja klienta jest traktowana jako wynik procesu o podłożu psychologicznym, w którym klient dokonuje porównania zauważalnego poziomu działalności podmiotu gospodarczego lub organizacji z pewnym poziomem istniejących standardów, co zwykle jest kojarzone z oczekiwaniami klienta (Nieżurawski, 2010, s. 51). Obsługę klienta można zdefiniować jako proces obejmujący szereg działań z zakresu logistyki, marketingu, finansów, czy też sprzedaży, decydujących o satysfakcji klienta przy zakupie produktu (usługi), czyli ostatniej fazie procesu rozpoczynającego się złożeniem zamówienia, a kończącego się dostawą produktu czy też realizacją usługi (por. Ballou, 1987, s. 56). Zatem obsługa klienta jest procesem złożonym, skomplikowanym i wymagającym. Zarządzanie obsługą klienta jest wymienione wśród głównych procesów modelu referencyjnego dedykowanego dla łańcuchów dostaw opracowanym przez Global Supply Chain Forum oraz wskazane przez American Productivity and Quality Center w Process Classification Framework (Cichosz, 2010, s. 79). Co więcej, jak zauważa D. Kempny, obsługa klienta tak mocno koresponduje ze wszystkimi działaniami i procesami logistycznymi, że obecnie nazywana jest logistyką klienta (Kempny, 2001, s. 15).

Proces obsługi klienta podzielić można na trzy podstawowe fazy, zwane także w literaturze elementami (Dyczkowska i in., 2016, s. 157):

- przedtransakcyjne – odgrywają znaczącą rolę w kształtowaniu oczekiwań klienta, a także wpływają na postrzeganie firmy przez klienta oraz jego satysfakcję z oferty,
- transakcyjne – są to elementy dotyczące bezpośredniego kontaktu klienta z firmą i w głównej mierze przyczyniają się do osiągnięcia satysfakcji klienta,
- potransakcyjne – mają za zadanie przedłużyć kontakt firmy z klientem, stwarzają dogodne warunki do rozwoju relacji z klientem.

Z kolei w procesie obsługi klienta, w zależności od faz obsługi, wyróżnić można następujące etapy (Grabara, Nowakowska, 2010, s. 506): konfrontacja klienta z produktem (usługą), zgłoszenie przez klienta zapytania, a następnie zamówienie produktu (usługi), obsługa wewnętrzna zamówienia, dostawa produktu (usługi) do klienta, transfer płatności od klienta do sprzedawcy, utylizacja produktu po zakończeniu jego użytkowania.

2. Potrzeba doskonalenia procesu obsługi klienta

Poziom obsługi klienta niewątpliwie wpływa na jego satysfakcję z usługi (produktu). Natomiast, traktując klienta jako kluczowy podmiot innowacji (Pachura, 2016, s. 697),

należy zapewnić mu odpowiedni poziom obsługi. Wobec czego przedsiębiorstwa muszą stale monitorować jakość dostarczanych towarów, czy też usług. Powstało zatem wiele metod umożliwiających dokonanie pomiaru satysfakcji klientów. Metody te podzielić można na: (Niezurawski, 2010, s. 74-107) bezpośrednie, takie jak system skarg i sugestii, technika wypadków krytycznych, badania ankietowe klientów, zogniskowane grupy dyskusyjne, wywiady osobiste, telefoniczne lub internetowe, analiza utraty klientów, badania jakości pracowników, Servqual, Servperf, Blueprinting, Storyboarding, QFD, CSR, CSS, CRM, analiza wyznacznika ważności, Six Sigma oraz na metody pośrednie, takie jak pozorne zakupy, powtórni klienci, benchmarking zewnętrzny i wewnętrzny, trendy sprzedaży, udział w rynku, zwrot z inwestycji, raporty pracowników pierwszego kontaktu z klientami i serwisu, raporty stowarzyszeń branżowych.

Spośród czynników determinujących jakość obsługi klienta można wyszczególnić (Kuraś, 2013, s. 428):

- rzetelność, tj. umiejętność świadczenia obsługi na deklarowanym poziomie,
- nastawienie na klienta mające swoje odzwierciedlenie w woli wspierania klientów oraz terminowego świadczenia obsługi,
- wiarygodność definiowana w aspekcie wiedzy oraz uprzejmości pracowników, a także zdolności wzbudzania w klientach zaufania oraz pewności,
- wczuwanie się w sytuację klientów, tj. zindywidualizowane, zaangażowane podejście do klientów,
- bazę materialną, tj. przekonanie klienta o posiadaniu siedziby, zaplecza personalnego, narzędzi oraz sprzętu służącego do komunikowania się.

Determinanty oceny jakości usług podzielić można na (Biesok, 2013, s. 27-28): związane z ludźmi (potrzeby klienta, jego dotychczasowe doświadczenie, zrozumienie klienta, fachowość personelu), związane z procesem usługowym (bezpieczeństwo, dostępność, komunikacja, niezawodność, wiarygodność, wkład klienta – finansowy i w realizację usługi – zdolność reagowania oraz czynniki materialne).

Ważnym aspektem w podejmowanej tematyce jest także korelacja wartości i obsługi klienta (por. Kadłubek, 2011, s. 315). Co więcej, doskonalenie obsługi klienta może stać się elementem kluczowym w podnoszeniu innowacyjności przedsiębiorstwa (Kempa, 2010, s. 265; Kempa, 2015, s. 2158). Dlatego konieczne jest permanentne dokonywanie oceny jakości obsługi klienta jako elementu mającego znaczący wpływ na planowanie, organizowanie i doskonalenie działalności usługowej każdego podmiotu gospodarczego.

3. Charakterystyka polskich portów lotniczych

Rynek transportu lotniczego, tak jak inne rynki, kształtowany jest przez podstawowe elementy, tj. popyt, podaż i cenę. Podmiotami generującymi zapotrzebowanie na usługi lotnicze są (Wierzejewski, 2014, s. 118): indywidualne podmioty

korzystające w sposób bierny z transportu lotniczego, pośrednicy, organizujący zbiorowe wyjazdy, przedsiębiorstwa i firmy spedycyjne organizujące transport lotniczy przesyłek, firmy kurierskie oraz pocztowe. Natomiast podaż na usługi transportu lotniczego ukształtowana jest przez (Wierzejewski, 2014, s. 118): przedsiębiorstwa transportu lotniczego, linie i porty lotnicze, przedsiębiorstwa współpracujące z portami lotniczymi, jak i przewoźnikami, oraz instytucje działające na polu tworzenia przepisów prawa dotyczącego cywilnego transportu lotniczego.

Polski rynek usług lotniczych jest stosunkowo słabo rozwinięty. Pod względem liczby operacji lotniczych, czy też ilości osób korzystających z usług portów lotniczych, jest on mało konkurencyjny w porównaniu z rynkami usług lotniczych krajów Europy Zachodniej. Jednakże w ostatnich latach obserwuje się znaczny wzrost inwestycyjny ukierunkowany na poprawę infrastruktury lotniczej w Polsce.

Na terenie naszego kraju działalność w zakresie usług lotniczych oferuje piętnaście portów lotniczych: dwa na obszarze Warszawy – Lotnisko Chopina w Warszawie i Port Lotniczy Warszawa-Modlin, Port Lotniczy Kraków-Balice im. Jana Pawła II w Krakowie, Port Lotniczy Gdańsk-Rębiechowo im. Lecha Wałęsy, Międzynarodowy Port Lotniczy Katowice w Pyrzowicach, Port Lotniczy Wrocław-Strachowice im. Mikołaja Kopernika, Port Lotniczy Poznań-Ławica im. Henryka Wieniawskiego, Port Lotniczy Rzeszów-Jasionka, Port Lotniczy Szczecin-Goleniów im. NSZZ Solidarność, Port Lotniczy Lublin, Port Lotniczy im. Ignacego Jana Paderewskiego Bydgoszcz, Port Lotniczy Łódź im. Władysława Reymonta, Port Lotniczy Olsztyn-Mazury, Port Lotniczy Zielona Góra-Babimost oraz Port Lotniczy Radom-Sadków.

Tabela 1. Liczba obsłużonych pasażerów oraz wykonanych operacji w ruchu krajowym i międzynarodowym – regularnym i czarterowym w latach 2014-2017

Port lotniczy	2014	2015	2016	2017
Warszawa (Chopina)	10,574 mln	11,186 mln	12,795 mln	15,752 mln
Kraków	3,806 mln	4,208 mln	4,974 mln	5,835 mln
Katowice	2,668 mln	3,044 mln	3,201 mln	3,893 mln
Wrocław	2,034 mln	2,269 mln	2,371 mln	2,855 mln
Poznań	1,423 mln	1,477 mln	1,689 mln	1,85 mln
Gdańsk	3,263 mln	3,687 mln	3,986 mln	4,6 mln

Źródło: opracowanie na podstawie – <http://www.ulc.gov.pl>, <http://www.wirtualnemediamedia.pl/arttykul/najwieksze-lotniska-w-polsce-raport-za-2017-rok>, Kupis 2018

Zauważyć można, że, pomijając stołeczne Lotnisko Chopina w Warszawie, które jest głównym portem lotniczym w naszym kraju, grupa pięciu portów lotniczych o charakterze regionalnym, zlokalizowanych w pobliżu największych miast w Polsce (Kraków, Katowice, Gdańsk, Wrocław, Poznań), w ostatnich latach osiągnęła

znaczny poziom rozwoju. Każdy z tych portów lotniczych w ciągu ostatnich dwóch lat zanotował ponad 1,5 mln operacji związanych z obsługą pasażerów (por. Sztucki, 2010, s. 11). Szczegółowe dane dotyczące liczby obsłużonych pasażerów w wymienionych portach lotniczych przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 2. Wybrane charakterystyki infrastruktury największych portów lotniczych w Polsce

Port lotniczy	Powierzchnia	Liczba terminali / Pasy startowe	Przepustowość
Warszawa-Okęcie	500 ha	3 / 2	36 operacji/ 1h
Kraków-Balice	310 ha	1 / 1	20 operacji/ 1 h
Gdańsk	240 ha	2 / 1	30 operacji/ 1 h
Katowice	500 ha	2 / 1	26 operacji/ 1 h
Wrocław	472 ha	2 / 1	26 operacji/ 1 h
Poznań	310 ha	1 / 1	30 operacji/ 1 h

Źródło: opracowanie na podstawie – <http://euro-dane.com.pl>, Kupis 2018

Tabela 3. Wykaz współpracujących linii lotniczych z wybranymi portami lotniczymi

Port lotniczy	Linie lotnicze obsługiwane przez port
Warszawa-Okęcie	ADRIA, AEGEAN, Aer Lingus, AEROFLOT Russian Airlines, airBaltic, Air China, Air France, Alitalia, Austrian, Belarusian Airlines, British Airways, Brussels Airlines, CSA Czech Airlines, EI AL Israel Airlines, Emirates, Eurowings, FINNAIR, KLM Royal Dutch Airlines, Polish Airlines LOT, Lufthansa, Norwegian Air Shuttle Asa, QATAR AIRWAYS, RYANAIR, SAS, SWISS, TAP Portugal, Turkish Airlines, UIA, Vueling, Wizzair, Wow air
Kraków-Balice	Austrian, British Airways, Brussels Airlines, easyJet, EI AL Israel Airlines, Jet2.com, KLM Royal Dutch Airlines, Polish Airlines LOT, Lufthansa, Norwegian Air Shuttle Asa, RYANAIR, SWISS, SAS, IBERIA, AEGEAN, Eurowings, FINNAIR, Vueling
Gdańsk	Airberlin, airBaltic, FINNAIR, KLM Royal Dutch Airlines, Lufthansa, Norwegian Air Shuttle Asa, Polish Airlines LOT, RYANAIR, SAS, SPRINTAIR, Wizzair
Katowice	AEGEAN, Air Cairo, Air Contractors, Arkia, Bulgaria Air, Bulgarian Air Charter, Corendon Airlines, EI AL Israel Airlines, Ellinair, Enter Air, Eurowings, Farnair Europe, FlyEgypt, Israrir Airlines, Polish Airlines LOT, Lufthansa, Nouvelair, Pegasus Airlines, RYANAIR, SMALL PLANET Airlines, Sprint Air, Sun d'Or International Airlines, Sunexpress, Tailwind Airlines, TNT Airways, Travel Service, TUIfly, Wizzair
Wrocław	Eurowings, Polish Airlines LOT, RYANAIR Lufthansa, SAS, SWISS, Wizzair, AIR FRANCE
Poznań	Lufthansa, Polish Airlines LOT, RYANAIR, SAS, Wizzair

Źródło: opracowanie na podstawie – www.lotnisko-chopina.pl, www.krakowairport.pl, www.airport.gdansk.pl, www.katowice-airport.com, www.airport.wroclaw.pl, www.airport-poznan.com.pl

Mimo że powierzchnia regionalnych portów lotniczych i liczba ich terminali jest mniejsza w porównaniu ze stołecznym lotniskiem, to jednak mogą się one pochwalić znaczną sprawnością działania. Przepustowość portów lotniczych w Gdańsku i Poznaniu nie jest dużo niższa od przepustowości portu Warszawa-Okęcie (zob. tabela 2). Z punktu widzenia pasażera, oprócz lokalizacji portu lotniczego, liczy się także różnorodność kierunków obsługiwanych przez dany port lotniczy oraz możliwość skorzystania z usług tanich linii lotniczych.

Tabela 4. Liczba obsługiwanych kierunków i wykaz współpracujących linii lotniczych w wybranych portach

Port lotniczy	Liczba obsługiwanych kierunków		
	regularne	niskokosztowe	czarterowe
Warszawa-Okęcie	173 łącznie		
Kraków-Balice	89 regularne		
Gdańsk	61 łącznie		
Katowice	54 łącznie		55
Wrocław	8	50	23
Poznań	35 łącznie		33

Źródło: opracowanie na podstawie – www.lotnisko-chopina.pl, www.krakowairport.pl, www.airport.gdansk.pl, www.katowice-airport.com, www.airport.wroclaw.pl, www.airport-poznan.com.pl

W tabeli 3 przedstawiono wykaz linii lotniczych obsługiwanych przez dany port, natomiast liczbę kierunków możliwych do wybrania przez podróżnych zestawiono w tabeli 4. Tam, gdzie było to możliwe, liczbę kierunków podano z podziałem na regularne, niskokosztowe i czarterowe.

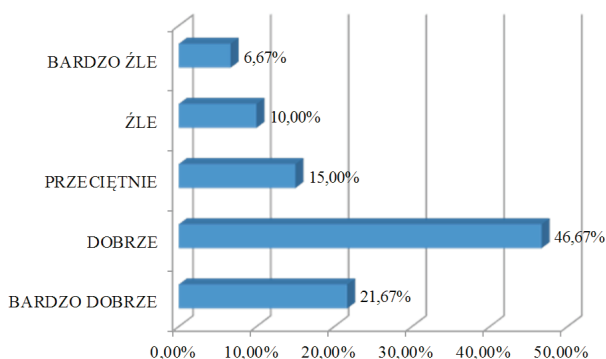
4. Obsługa klienta w wybranym porcie lotniczym – wyniki badania

Prezentowanie poniżej wyniki zostały opracowane na podstawie danych, zebranych za pomocą badania ankietowego, przeprowadzonego w ramach pracy inżynierskiej (Kupis M., 2018). Ankieta została skierowana dwutorowo – do pasażerów korzystających z usług lotniska w Pyrzowicach oraz do pracowników tego portu lotniczego. Wybór portu lotniczego był celowy ze względu na jego lokalizację. W badaniach uczestniczyło 40 klientów lotniska w przedziale wiekowym od 18 do 55 lat, w tym 25 kobiet i 15 mężczyzn. Natomiast grupa pracowników lotniska – respondentów – liczyła 20 osób i były to osoby w przedziale wiekowym od 25 do 37 lat, w tym 12 kobiet i 8 mężczyzn. Ankieta zawierała 16 pytań zamkniętych, w których zastosowano skalę Likerta. Respondenci odpowiadali na pytania dotyczące

danego obszaru obsługi klienta, wybierając ocenę od 1 (bardzo źle) do 5 (bardzo dobrze). Dobór respondentów był przypadkowy.

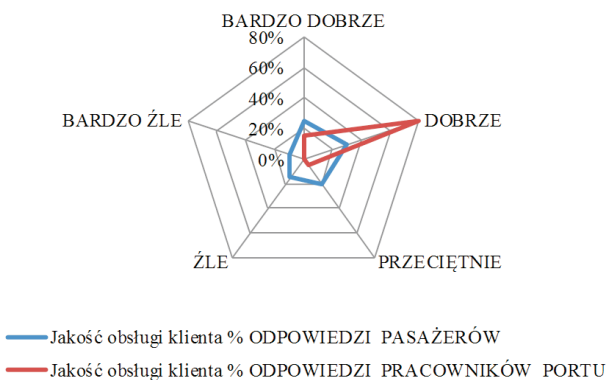
W pierwszej kolejności w ankiecie zapytano, jak respondenci oceniają poziom obsługi klienta. Wyniki dla odpowiedzi wszystkich respondentów zaprezentowano na wykresie 1, natomiast wskazania odpowiedzi z podziałem na grupy (pracowników i klientów) przedstawiono na wykresie 2. Analizując wyniki, zauważa się, że znaczna większość pasażerów oceniła jakość obsługi od przeciętnej do bardzo dobrej, podczas gdy pracownicy w znacznej większości ocenili ją jako dobrą. Stąd wywnioskować można, że istnieją w procesie obsługi klienta obszary, które należy poprawić.

Wykres 1. Jakość obsługi klienta – wyniki zbiorcze



Źródło: opracowanie własne na podstawie – Kupis, 2018

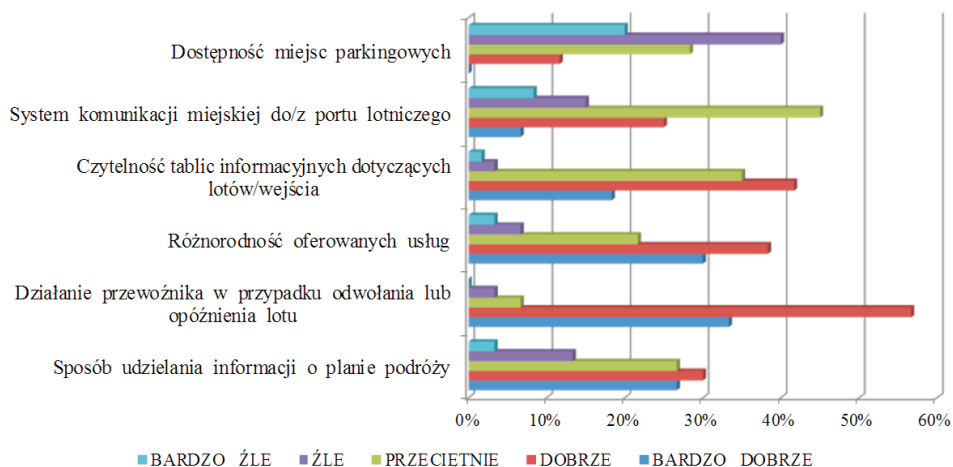
Wykres 2. Jakość obsługi klienta – wyniki z podziałem na grupy respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie – Kupis, 2018

Wyniki ocen ogółu respondentów, dotyczących wybranych obszarów (sposób udzielania informacji o planie podróży, działania w razie odwołania lub opóźnienia lotu, różnorodność oferowanych usług, system komunikacji miejskiej, dostępność miejsc parkingowych oraz czytelność tablic informacyjnych) zaprezentowano na wykresie 3.

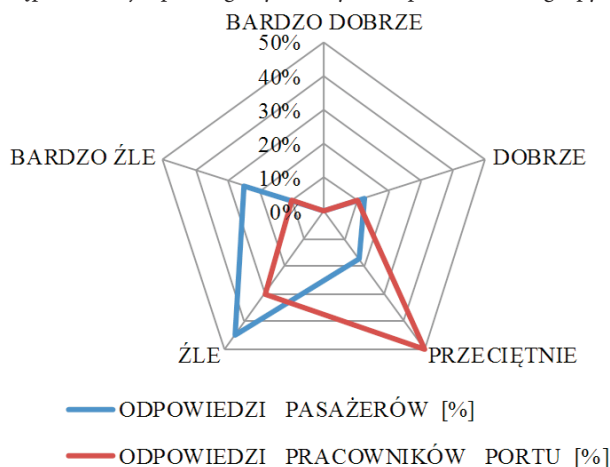
Wykres 3. Wybrane obszary wpływające na zadowolenie klienta portu lotniczego – wyniki zbiorcze



Źródło: opracowanie własne na podstawie – Kupis, 2018

Zauważa się, że największy odsetek ogółu respondentów (ok. 20%) ocenił bardzo źle tylko jeden obszar – dostępność miejsc parkingowych. Ten sam obszar otrzymał prawie 40% wskazań oceny 2, co oznacza, że respondenci ocenili go jako zły, natomiast niewiele mniej respondentów oceniło go przeciętnie.

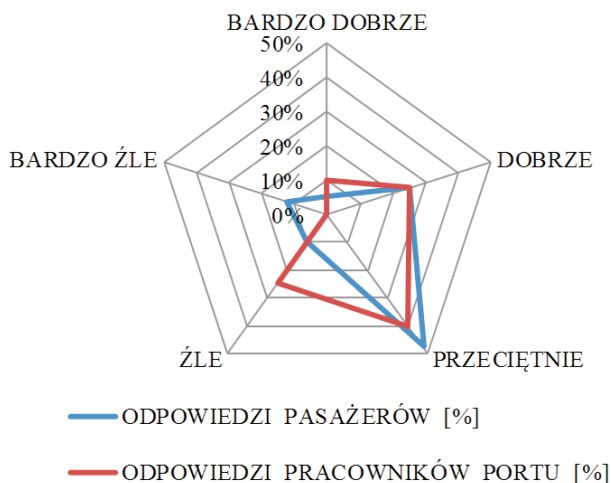
Wykres 4. Dostępność miejsc parkingowych – wyniki z podziałem na grupy respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie – Kupis, 2018

Znacznie niższe wskazania oceny tego obszaru zaznaczane były przez klientów, pracownicy byli bardziej ostrożni w swojej ocenie (wykres 4).

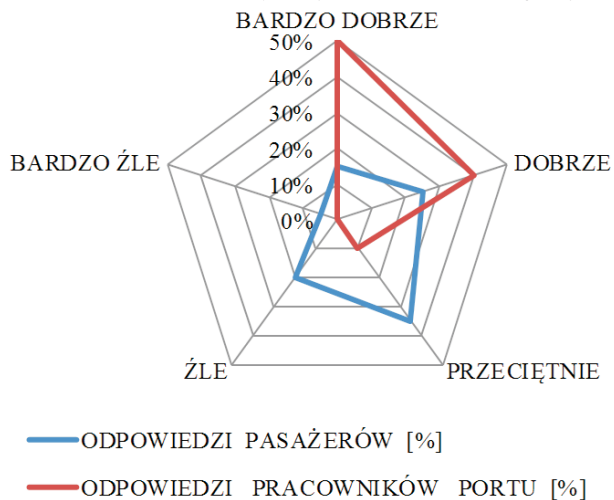
Wykres 5. System komunikacji miejskiej do/z portu – wyniki z podziałem na grupy respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie – Kupis, 2018

Kolejnym obszarem, który niewątpliwie wymaga doskonalenia jest system komunikacji miejskiej do/z portu lotniczego. Obszar ten został oceniony w większości przez respondentów na poziomie „źle”, „bardzo źle” i „przeciętnie”. Oceny dla tego obszaru są nieco lepsze w grupie respondentów będących pracownikami (wykres 5).

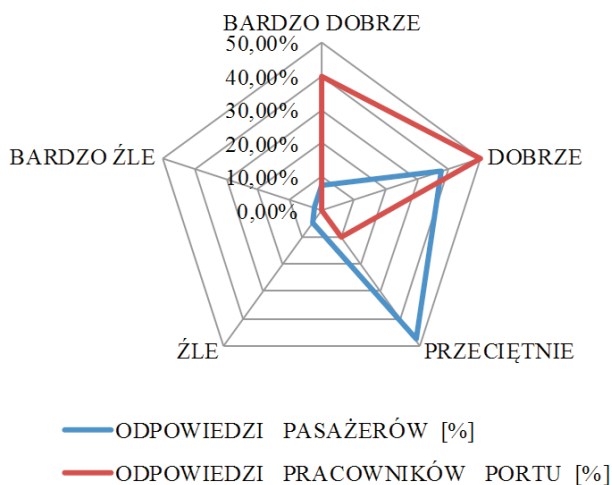
Wykres 6. Sposób udzielenia informacji – wyniki z podziałem na grupy respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie – Kupis, 2018

Sposób udzielenia informacji o planie podróży był kolejnym badanym obszarem wpływającym na zadowolenie klienta, w którym odnotowano konieczność wprowadzenia działań korygujących. Analiza wyników badania z podziałem na grupy ankietowanych umożliwiła wykazanie znacznego dysonansu w postrzeganiu tego elementu procesu obsługi klienta przez pasażerów i pracowników (wykres 6). Dużo lepsze wskazania zanotowano w grupie pracowników, co tłumaczy się tym, że oceniali oni swoją pracę.

Wykres 7. Czytelność tablic informacyjnych – wyniki z podziałem na grupy respondentów



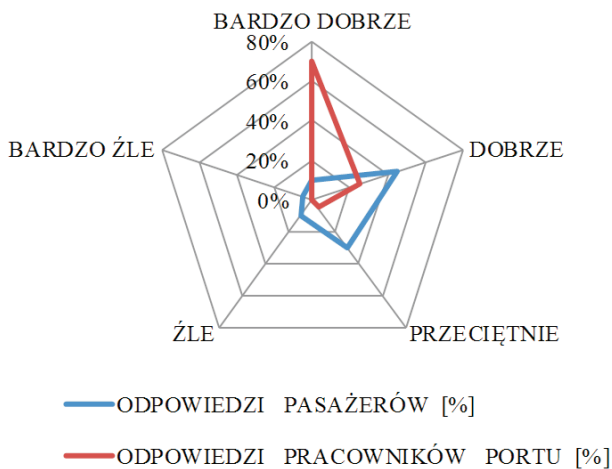
Źródło: opracowanie własne na podstawie – Kupis, 2018

Wśród ocenianych obszarów tym, który wymagałby poprawy jest także sposób prezentacji informacji dla pasażerów (czytelność tablic informacyjnych). Tu również pasażerowie przyznawali znacznie niższe oceny niż pracownicy lotniska (wykres 7), co tłumaczy się tym, że pracownicy znają informacje zamieszczone na tablicach i nie mają problemu z ich odczytem.

Z kolei różnice w ocenie różnorodności oferowanych usług na terenie lotniska (wykres 8) wytłumaczyć można tak, że pracownicy doskonale znają każdy punkt usługowy, natomiast pasażerowie, często z braku czasu przed odlotem nie są w stanie „odkryć” wszystkich udogodnień w tym zakresie. Należało by jednak zastanowić się nad sposobami podniesienia oceny pasażerów w tym obszarze.

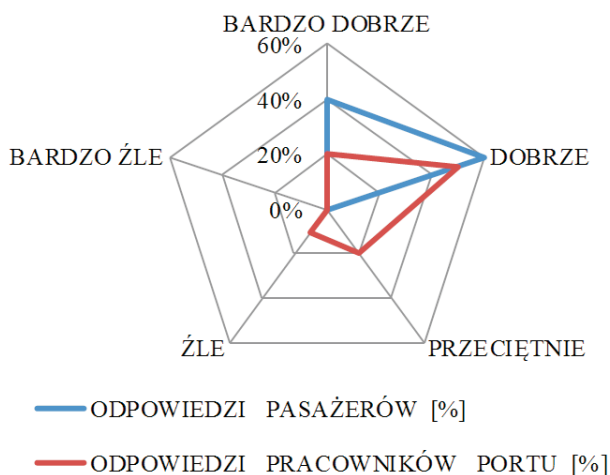
Zaskakujące jest natomiast, że odpowiedzi pracowników dotyczące oceny działania przewoźników, w przypadku odwołania lub opóźnienia lotu, są bardziej surowe niż pasażerów (wykres 9). Obszar ten, mimo że został najlepiej oceniony, również należy udoskonalić.

Wykres 8. Różnorodność oferowanych usług – wyniki z podziałem na grupy respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie – Kupis, 2018

Wykres 9. Działania w przypadku odwołania lub opóźnienia lotu – wyniki z podziałem na grupy respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie – Kupis, 2018

Podsumowanie

Problematyka obsługi klienta jest bardzo złożona, wieloaspektowa i trudna do omówienia w tak krótkim opracowaniu. Jednakże dokonano jej krótkiej charakterystyki, zwracając uwagę na konieczność pomiaru jakości (poziomu) obsługi klienta i potrzebę jej ciągłego doskonalenia. Procesy związane z realizacją obsługi klienta zachodzące w tak

specyficznym miejscu, jakim jest port lotniczy, ze względu na ogromną liczbę osób, które są obsługiwane w ciągu jednej godziny, powinny spełniać najwyższe standardy obowiązujące na tym rynku. Spełnienie tych standardów możliwe jest m.in. poprzez badania ankietowe, pozwalające skontrolować satysfakcję klientów z usług oferowanych przez port lotniczy. Przeprowadzone analizy umożliwiły wskazanie obszarów, które wymagają doskonalenia. Wskazano również na różnice występujące w ocenie pasażerów i pracowników lotniska odnośnie tych samych obszarów. Wykrycie dysonansu usprawnia dokonanie analizy przyczyn niezadowolającego poziomu obsługi klienta i jest ważnym krokiem w doskonaleniu omawianego procesu.

Podziękowania

Pragniemy złożyć podziękowania pani inż. Marioli Kupis za możliwość wykorzystania do niniejszego opracowania części danych przygotowanych w ramach pracy dyplomowej inżynierskiej, pt. *Analiza obsługi klienta w aspekcie ekonomicznym i logistycznym na przykładzie lotniska XYZ*.

BIBLIOGRAFIA

- [1] BALLOU R.H., 1987, *Basis BusinessLogistics. Transportation. Materials Management. Physical Distribution*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New York.
- [2] CICHOSZ M., 2010, *Lojalność klienta a logistyka firm usługowych*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa.
- [3] DYCZKOWSKA J., OCZACHOWSKA A., OCZACHOWSKI D., 2016, *Marketing usług. Podstawy teoretyczne i praktyka*, Wyd. Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin.
- [4] GRABARA J., NOWAKOWSKA A., 2010, *Realizacja strategii logistycznej obsługi klienta na przykładzie systemu zarządzania serwisem*, [w:] R. Knosala (red.), *Komputerowo zintegrowane zarządzanie*, Opole, s. 506.
- [5] KADŁUBEK M., 2011, *Wartość i obsługa klienta w logistyce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia”, nr 686, s. 315-326.
- [6] KEMPA E., 2010, *Kreatywna obsługa klienta jako element innowacyjnej działalności logistycznej przedsiębiorstwa*, [w:] A. Pabian (red.), *Kreatywność i innowacje w zarządzaniu organizacjami*, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, s. 264-278.
- [7] KEMPA E., 2015, *Logistyczna obsługa klienta na przykładzie działalności sklepu internetowego*, „Logistyka”, nr 3, s. 2158-2162.
- [8] KUPIS M., 2018, *Analiza obsługi klienta w aspekcie ekonomicznym i logistycznym na przykładzie lotniska XYZ*, praca inżynierska, Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
- [9] *Logistyka usług*, 2013, Biesok G. (red.), CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa.
- [10] NIEŻURAWSKI L., PAWŁOWSKA B., WITKOWSKA J., 2010, *Satysfakcja klienta. Strategia – Pomiar – Zarządzanie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
- [11] PACHURA A., 2016, *Środowisko otwartej innowacji a potencjał społeczny przedsiębiorstwa*, „Marketing i Rynek”, nr 3, s. 691-700.
- [12] SZTUCKI J., 2010, *Organizacja systemu komunikacji lotniczej w Polsce*, [w:] J. Sztucki, M. Gąsior, G. Zajac, M. Szczelina, *Zarządzanie bezpieczeństwem lotnictwa cywilnego*, Wrocław, s. 11.
- [13] WIERZEJEWSKI T., 2014, *Transport i spedycja lotnicza*, [w:] T. Wierzejski, M. Kędzior-Laskowska, *Transport i spedycja*, Olsztyn.

NETOGRAFIA

- [1] <http://euro-dane.com.pl> (10.01.2018).
- [2] <http://www.ulc.gov.pl> (06.12.2017).
- [3] <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/najwieksze-lotniska-w-polsce-raport-za-2017-rok> (11.01.2018).
- [4] Kuraś D., 2013, Obsługa klienta jako wartość w zarządzaniu relacjami klient – przedsiębiorstwo, [w:] M.G. Woźniak (red.), Kryzys finansów publicznych – przyczyny, implikacje, perspektywy spójności społeczno – ekonomicznej, Rzeszów, <http://cejsh.icm.edu.pl> (10.01.2018).
- [5] www.airport-poznan.com.pl (8.01.2018).
- [6] www.airport.gdansk.pl (8.01.2018).
- [7] www.airport.wroclaw.pl (8.01.2018).
- [8] www.katowice-airport.com (8.01.2018).
- [9] www.krakowairport.pl (8.01.2018).
- [10] www.lotnisko-chopina.pl.