

基于网络背景下大学校园快递服务满意度研究

——以南京晓庄学院为例

姚健浩 顾 静

摘 要: 文章以南京晓庄学院校园快递服务满意度为研究对象,通过问卷调查和深度访谈,分析了大学生对校园快递的服务质量需求及关注指标,并针对这些指标进行了重要度和满意度打分,以揭示满意度现状以及需要提升的方面,进而给出相应的对策建议。通过文章的研究,旨在为各大快递企业规划校园最后一公里提供理论指导。

关键词: 互联网; 网购; 快递服务; 满意度

中图分类号: F253.9

文献标识码: A

文章编号: 1008-4428(2018)01-40-03

一、引言

互联网的兴起带动了网购潮流的发展,不仅改变了大众的消费习惯,也改变了供应链的模式。信息全球化的今天,网上购物已被越来越多的消费者接受,快递产业的规模也随之迅速膨胀,快递配送的需求也日益扩大,而大学生作为一类消费综合性很强,又是走在潮流前沿的庞大群体,这种新兴且快捷的购物方式在这个群体中备受青睐。

根据菜鸟网络在2016年发布的《校园快递行业发展报告》中得知:2013年—2015年校园快递市场中,有85%的学生使用过快递,其中2015年我国大陆高校中的大学生平均每年收快递16个,包裹数约占全国包裹数总量的6%。业务量的增加使得快递企业在校园的入驻率随之升高,甚至出现零门槛的现象,导致一些管理和服务方面的问题应运而生。

文章以南京晓庄学院为例,通过问卷调查及深入访谈,分析大学生对校园快递的服务需求及关注指标,并针对这些服务质量指标展开重要度和满意度评分,最终根据数据分析结果提出相关对策建议。

二、研究方法

本研究采用了三种调研方法来确保本次研究的科学性与实用性:

(一) 文献研究法

研究的首要是从理论出发,通过现有的研究成果、学者理论提出针对性的意见和建议,这是为我们下一步解决问题所需奠定的基础。

(二) 问卷调查法

影响大学生对校园快递服务使用满意度的因素很多,这种研究方法可以有效地将影响因素具体细化,由繁多变精简。将具体的收获和遇到的问题做进一步的归纳与总结,便于我们更深层次的去思考,下一步就能直接切入主题,更加针对性发现问题、阐述问题、提出解决方法。

(三) 访谈法

通过实地走访的方式与代理点工作人员面对面交流,获得第一手资料,实际了解目前校园快递在营运过程中所存在的一些困难,对问题的探讨归纳总结,为后期提出优化与解

决方案奠定基础。

三、研究内容

(一) 问卷设计与调研过程

1. 调查对象

本次调查的对象是南京晓庄学院方山校区的大学生,调查范围涉及财务管理、学前教育、物流管理、商务英语、旅游管理等专业,覆盖大一、大二、大三、大四学生,共计有效调查人次1120人。由于本论文采用的一手数据是通过问卷调查的反馈,为确保本次调研结论的准确、有效,调查范围必须做到广泛、可靠,所以本次调查的对象不分男女、学院,保证信息收集的全面性。

2. 问卷设计

本论文采用的主要信息收集方法是调查问卷法,问卷设计的好坏直接关系到调查数据的真实性、数据的适应性、问卷回收率的高低以及最终的调查结果,因此,笔者十分重视问卷的设计环节。笔者先后共发放两次问卷进行调研。第一次是小规模预调研,内容包括学生的基本信息、网购情况、快递服务偏好、关注的服务质量要素等。问卷框架如表1所示:

表1 预调研问卷的结构

第一部分: 学生的基本信息	题目序号为 I 的 1—2 题学生的性别、年级
第二部分: 网购情况、快递服务质量要素等	问题序号为 II 的 3—9 题。 网购次数; 偏好的校园末端配送方式; 是否愿意前往快递自提点; 能接受的取快递所用步行时间; 关注的快递服务质量要素

笔者通过对预调研结果的分析,总结出了校园快递服务质量的指标,设计了正式调研问卷,要求被访学生对各指标的重要性及满意度进行打分。打分采用了 likert 五级量表,1—5 分别代表“非常不重视”/“非常不满意”到“非常重视”/“非常满意”。

第二份问卷是大规模的正式调研,问卷内容包括学生的基本信息、快递服务指标权重打分、校园快递服务满意度打分以及对各大重点快递企业的总体服务质量打分四大模块。其中,校园快递服务质量评价指标如表2所示:

基金项目: 本文系江苏省大学生创新项目“在校大学生网购快递选择偏好实证研究——基于南京地区高校的数据”(项目编号: 201611460095H) 阶段成果。

表2 正式调研问卷的结构

第一部分: 学生的基本信息	由自变量中的性别、年级等组成。题目序号为I的1—2题。
第二部分: 快递服务质量指标权重打分	主要以预调研的五大指标提出问题,同时采用5点测量量表进行调研,由“非常不重视”到“非常重视”。问题列号为II的3题。
第三部分: “四通一达”重点快递企业打分	测量量表采用5点量表方式,由“非常不满意”到“非常重视满意”。问题列号为III的4题。
第四部分: 校园快递服务满意度打分	由6个问题构成5点测量量表,题目序列号为IV的5题,由“非常不满意”到“非常满意”。

笔者在问卷调查的基础上,选取了核心指标进行权重分析,并针对“四通一达”中评分较低的,有针对性地进行人物访谈。

3. 调研过程

本次调研分预调研和正式调研两部分,均采用分层随机抽样的方式进行。

预调研主要以问卷形式在校园内随机调查,实际发放问卷数为180份,剔除11份无效问卷,实际回收有效问卷数为169份,有效回收率为93.9%。

正式调研的范围广泛、可靠,主要以南京晓庄学院方山校区的各年级、学院的学生为样本,不限男女以保证信息收集的全面性,再通过网络问卷的形式展开调查,通过朋友圈、QQ空间、校园贴吧及班级群等社交平台进行问卷发放。正式调研实际发放问卷数为1200份,其中80份问卷填写不完整故被剔除,实际获得有效问卷数为1120份,有效问卷回收率为93.3%。

访谈人次为20人,随机访谈学生14人,校内校外快递网点工作人员各6人,合计20人。其中关于学生主要针对关注的指标,如:快件信息查询反馈;以及学生最不关注的指标,如:理赔、增值服务;关于快递网点工作人员,主要针对运营模式、工作人员工作情况、服务进行访谈汇总。

(二) 调查结果与数据分析

被调查者的基本情况:

本次调查问卷共取得有效样本为1120份,涉及大一、大二、大三及大四的学生,分别占总样本的19.53%、37.87%、34.91%和7.69%。其中女生人数高达830人,占总数74.11%。样本分布如图1、图2所示:

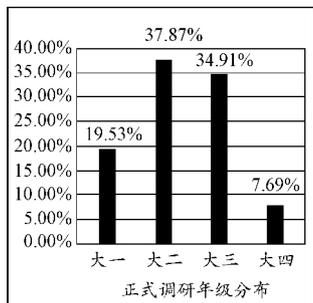
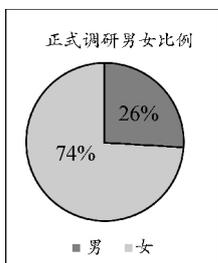


图1 参与调研活动男女比例图 图2 参与调研活动学生年级分布

导致女生占比居高的主要原因是由于晓庄学院客观存在女多男少的现状;在参与调查的1200名同学中,使用过快递服务的占93.3%,未使用过快递服务仅为6.7%,关于数据中未使用过快递服务的现象,经笔者走访调查发现可分为两种情况:一方面是问卷没有填写;另一方面主要集中在大一新生,主要由于没有移动支付或未绑定银行卡或家人对生活费等有管控。

1. 网购频率与校园快递服务方式偏好

南京晓庄学院学生网购频率主要集中在每月2—3次(44%),1次和5次以上的较少,购物种类包括生活用品、服饰鞋类、饮料零食等。每月网购1次、2—3次、3—5次及5次以上的学生数分别占总样本的16%、44%、21%和19%,进行加权平均计算约为3次。根据学校官方统计全日制在籍学生16500人,全校日均包裹量约为1650件。对于学生偏好的校园快递末端配送方式,菜鸟驿站和智能云柜占比较高,分别为62.13%和23.08%。通过访谈发现,学生认为菜鸟驿站有固定收发件场所、货架摆放有序,安全系数高;有专人负责、地理位置便捷、服务态度好。

2. 服务质量指标的重要度与满意度分析

影响校园快递服务满意度的因素有很多,文章通过调研学生偏好及厌恶快递服务行为的正反两方面,筛选出南京晓庄学院学生最为关注的五大快递服务质量评价指标,分别为:便捷、工作人员、安全、价格和信息跟踪。具体如图3和图4所示。

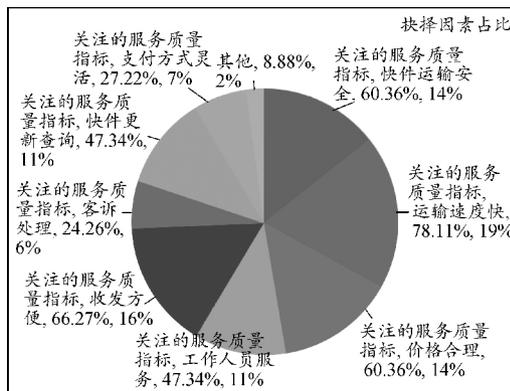


图3 参与调研学生选择快递企业的因素

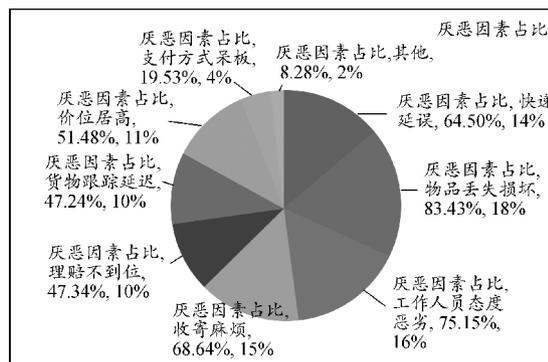


图4 参与调研学生抵触快递企业的因素

对校园快递服务质量评价指标进行重要度和满意度打分,得到表3和表4的调研结果。

表3 1120名大学生对校园快递服务指标重要性评估结果

指标	重要性评价%					中立及以上(%)
	非常重要1	不重要2	中立3	重要4	非常重要5	
价格	8.04	5.36	37.5	13.39	35.71	86.6
便捷程度	8.93	5.35	25	21.43	39.29	85.72
工作人员	5.26	4.09	33.94	20	36.71	90.65
货物安全	5.26	5.46	32.14	22.32	34.82	89.28
信息跟踪	5.36	2.68	25.89	25	41.07	91.96

对重要性和满意度评价尺度进行赋值,从非常重要/不满意度到非常重要/满意分别赋值1到5分,并以各评价尺

度的选择占比作为权重,计算各指标的重要性和满意度加权得分。例如,价格指标的重要性评价选择占比从“非常不重要”到“非常重要”依次为:8.04%、5.36%、37.5%、13.39%和35.71%,作为权重计算重要性加权得分为:8.04%*1+5.36%*2+37.5%*3+13.39%*4+35.71%*5=3.63

以此类推,便捷程度、工作人员、货物安全、信息跟踪重要性得分分别为3.77、3.79、3.76和3.94,重要性顺序为:

信息跟踪>工作人员>便捷程度>货物安全>服务价格

表4 1120名大学生对校园快递服务满意度评估结果

指标	满意度评价%					中立及以上(%)
	非常不满意 1	不满意 2	中立 3	满意 4	非常满意 5	
服务价格	8.93	8.04	42.86	29.46	10.71	83.03
便捷程度	3.57	8.04	35.71	37.5	15.18	88.39
工作人员	7.15	6.25	38.39	34.82	13.39	86.6
货物安全	1.79	0.89	43.75	40.18	13.39	97.32
信息跟踪	0.89	0.89	43.75	39.29	15.18	98.22

服务价格指标满意度得分=8.93%*1+8.04%*2+42.86%*3+29.46%*4+10.71%*5=3.25,以此类推,便捷程度满意度得分=3.53;工作人员满意度得分=3.41;货物安全满意度得分=3.62;信息跟踪满意度得分=3.67。

有上述计算结果可得出五大指标满意度排序依次为:

信息跟踪>货物安全>便捷程度>工作人员>服务价格

3. 重点快递企业服务质量综合评分

对于“四通一达”重点快递企业服务质量综合评分,发现申通最高,百世汇通最低,分别为3.96和3.63分。大部分同学认为申通快递网点覆盖面全、效率高、速度快、服务好,因而成为在校大学生最受欢迎的物流企业之一。百世汇通虽然价格较低,但网点覆盖不全、运输速度慢、服务态度差、有丢件、包装破损等情况,因此满意度稍差。由此可见,大学生对快递服务的满意度是由价格、工作人员服务质量、货物安全等众多综合因素决定。

四、结论与对策

数据可计算出满意度的平均分约为3.5分,指标重视度的平均分为3.778分。以平均分作为界点,笔者提出以下观点:

指标重视度高于平均分且满意度低于平均分的指标是急需提升的重点;满意度均低于平均分以及重要性高于平均分,但满意度未达到4(比较满意)的指标是可以改善的方向。

我们不难发现:学生对工作人员质量指标的重视度较高,但满意度却很低,并且低至平均线以下为3.41分。笔者通过走访得知学生普遍认为校园代理网点的工作人员服务态度差,尤其是校外代理点的工作人员,在工作上过多注重速度而不注重质量,经常出现快件乱扔、沟通欠佳等现象。其他相关问题还包括:工作人员的与学生的沟通过程、工作人员的专业知识、着装、解决问题能力等方面。

一线工作人员直面客户,是企业形象展示的窗口,其专业素质、服务态度的好坏直接决定了客户满意度的高低。因此,笔者提出以下两项改进措施:

1. 快递企业定期对代理点及工作人员进行培训与KPI考核,使他们下意识地养成服务行业应有的基本素质,并切实执行奖惩机制,而不是做表面文章;

2. 跟学校合作,提供勤工俭学岗位并对学生进行专业技能培训。在校大学生的综合素质相对较高,雇佣大学生进行兼职工作,一方面可以为企业积累及培养人才,另一方面由

于是本校学生或同龄学生不存在代沟,也更容易表现出友好的态度,通过优质服务,进而提升品牌形象。

(一) 学校层面积极参与校园快递运营整体规划,提高后勤公共服务质量

“最后一公里”一直以来都是热议话题,本次调研结果表明在校园渠道中,学生更倾向于菜鸟驿站的校园配送方式。

菜鸟驿站作为第三方代理整合的校园物流网点,目前校方在其中所占的比重较少,不能更好地进行管控。校方可以通过与平台、物流企业、加盟商、勤工俭学者等多方协商合作,共建一个以消费者为中心的校园物流体系,引入更多符合标准的快递企业,促进校园快递点成为学校基础设施的一部分,提高其为师生提供后勤服务的公共产品的公益性质。

该体系一旦形成,多方风险共担,遇问题更可集思广益,不仅大大降低了个人支付成本,也使得利润得以提升,有利于我们精确到每一个细节的工作,如:网点的选址、自费的统一、人员的培训、采用、多方协作的管理规则和权利义务等各项因素,使校园物流更方便、更及时、更具灵活性。

(二) 学校、快递企业、加盟商进行资源整合,降低成本和价格

关于服务价格的重要程度与满意程度均低于平均线,重要度不算特别低,但满意度得分却仅有3.25,为进一步了解这个问题,笔者采取人物访谈的形式向被调查者收集信息。结果显示:大部分学生对快递服务价格体系还是存在争议的,具体表现为校内校外代理点价格不一、计费方式存在漏洞、首重低但续重价位高几方面。

可以考虑通过校方搭建平台与快递企业、加盟商协商进行资源的整合,通过降低或分担房屋租金的方式谈判,一方面可以吸引更多企业的入驻,提高快递企业覆盖率,另一方面可以争取更多的优惠政策,促进校园物流体系向公益性方向的发展,具体包括:针对校园市场优惠政策的制定、价格的统一、计费标准的统一、建立校园快递的竞争机制等。

五、结语

校园快递的发展是个长远而复杂的过程,牵扯面甚广,论文虽以南京晓庄学院为例,对校园快递服务的各大指标进行细分、总结并加以分析,但对各大快递公司来说,一个学校的案例不足以覆盖到所有院校,今后还需要对影响满意度的因素做更深入研究,企业只有树立以人为本的理念,将顾客作为上帝灌入到每位员工的身心里,更好地做好本职工作,才能促进自身更加长远有序的发展,成为更健康更长久企业。

参考文献:

[1]朱鸿,王苏徽,卢小辰.高校校园快递新模式探讨——以江南大学为例[J].市场周刊(理论研究),2009,(07):111-114.
 [2]陈婕.这指标广州跑前头了!高校收包裹量全国排第三[N].搜狐新闻,2016.10.
 [3]周正嵩,施国洪.基于SERVQUAL和LSQ模型的物流企业服务质量评价研究[J].科技管理研究,2012,(06):27-29+34.

作者简介:

姚健浩,男,南京晓庄学院商学院物流管理专业学生;
 顾静,女,南京晓庄学院商学院,博士,副教授,研究方向:技术经济及管理。