

基于客户视角的高校快递物流服务体系优化分析

——以广西民族师范学院为例

翟均媚 罗 瑶

(广西民族师范学院经济与管理学院, 广西 崇左 532200)

摘要:以广西民族师范学院快递服务现状分析,以问卷调查法对客户满意度进行调查,采用实地调研法和归纳法相结合,分析得出高校快递存在经营模式过于商业化、代理点多且管理杂乱、员工缺乏专业素质、派件时间安排不合理严重影响师生工作与学习等诸多问题,根据高校快递物流服务的现状,积极寻找提高客户满意度的对策,在合理进行快递收发工作、完善服务程序、统一服务收费、提升员工专业素质、道德规范以及维护消费者权益等方面为校园快递提出合理的建议。

关键词:高校快递;物流服务;客户满意度

中图分类号:F25

文献标识码:A

doi:10.19311/j.cnki.1672-3198.2017.11.015

1 绪论

随着现代物流产业在国内蓬勃兴起,我国的快递行业得到了迅猛发展。根据中华人民共和国国家邮政局公布的《2015年邮政行业发展统计公报》显示,2015年我国快递业务呈现迅猛增长趋势,全年快递业务总量达到206.7亿件,同比增长48%;快递业务收入完成2769.6亿元,同比增长35.4%。快递业务收入占比继续提升,快递业务收入占行业总收入的比重为68.6%,比上年提高4.7个百分点,以上这些数据说明了快递行业发展势头的迅猛。高校大学生作为网络购物的主力军,极大地促进了高校快递业务量的增长,然而快递行业在高校校园中蓬勃发展的同时也出现诸多弊端,问题层出不穷。本文基于大学生群体的视角设计有关问卷对快递物流服务体系进行研究考察,阐述大学生的客户满意度与高校快递物流服务的相关性,促使高校内的快递企业充分认识自身所处行业的基本现状,意识到自身的不足与差距,对其提出合理化的建议,促进高校快递服务水平的提升,从而达到更好地服务大学生群体的目的。

2 国内外研究现状

快递物流服务质量一直是国外学者的一个研究热点,很多国外专家学者都对高校快递物流服务体系进行了相关的研究。Lewis和Booms(1983)指出,物流服务传递过程中体现出的服务质量水平影响客户期望的程度;Mentzer(1989)对物流服务质量理论作了阐述,而Perreault和Russ(1992)提出了7Rs理论,他们都认为影响物流服务质量的关键因素是配送时间的长短以及服务收取价格的高低;Millen和Maggard(1997)发现客户不断增加的需求是绝大多数物流企业进行物流服务质量改进和提升的关键因素;DonaldJ. Bowersox, DavidJ. Closs和M. B. Cooper(2007)以客户的期望值为依据解释了造成客户满意度高低的原因,即,当物流

供应商提供的服务水平超过了客户真实期望值,客户会产生物超所值的心理,从而感到满意。

国内很多学者对高校快递进行了研究,在肯定高校快递业务快速发展的同时,也指出其在发展进程中出现的诸多问题,他们研究的侧重点各有不同。毛梦圆,姜红,杨振华(2013)、吴奕,郑庆华(2013)、王凯(2014)、郑红明(2014)等认为目前高校的快递业发展弊端甚多,并列出了高校快递在管理制度、价格制定、员工专业素质、服务意识等方面出现的不合理现象,希望高校快递的服务现状可以进行完善;任大勇(2014)、杨晓红(2014)、金津,杨爱民,华瑞驿(2014)等人主张建立新型高校校园快递服务模式,构建快递服务中心,优化校园快递发展,最终达到资源整合,制度完善,信息共享;陈善善,李建东(2015)、王俊禄,杨浩,徐思萌,汝宜红(2015)明道雨(2015)、宋志惠,李帅,江姗,王馨梦(2016)关注高校师生这一消费群体对高校快递日益增长的服务需求,认为目前的高校快递物流服务体系跟不上大学生日益增长的消费需求,还存在很多需要完善和改进的地方。

结合国内外专家学者对高校快递的研究,不难发现当前国内外研究存在着一定的局限性,极少数人将高校快递物流从传统的物流体系分割出来,高校物流服务的群体具有极大的特色性,高校师生人数集中而且庞大,而且作为国家将来主力军的他们,有素养,有思想,如果这一群体服务现状可以进行完善,将加快我国对快递物流改革进程。

3 基于客户视角的高校快递物流服务满意度的调查

3.1 问卷的设计

本文设计了广西民族师范学院快递使用客户满意度问卷调查,该问卷分为三个部分。第一部分是基本信息,主要收集调查者基本情况;第二部分制作了一个

基金项目:2016年广西壮族自治区级大学生创新创业训练计划项目(项目编号:201610604073);2016年广西民族师范学院校级科研项目(项目编号:2016YB003);“服务旅游与商贸产业专业群”科研项目(项目编号:Lyysmk2016002)。

作者简介:翟均媚(1993—),女,广西合浦人,广西民族师范学院学生;罗瑶(1987—),男,广西民族师范学院管理学硕士,讲师,研究方向:物流经济。

李克特五级矩阵量表,根据客户对快递公司服务指标的满意程度分为非常不满意、不满意、一般、满意、非常满意五个层次,分值分别为1分、2分、3分、4分、5分,主要通过客户打分的分值大小得出满意度情况。矩阵量表的最后一个问题考察大学生对快递公司物流服务质量的整体满意程度,以收集大部分人对快递公司的整体印象;第三部分是一个开放性题目,提问大学生希望高校快递公司进行哪些方面的改进,用于收集提升客户满意度的建议。

3.2 问卷的发放与收集

本文的问卷是电子问卷,通过微信、QQ等聊天平台发放问卷。问卷的发放对象以广西民族师范学院在校大学生为主,本次调查一共发放了300份问卷,由于错填、漏填以及乱填等原因,导致填写不合格,形成无效问卷,最终收回270份有效问卷。

3.3 问卷样本基本情况分析

表1 问卷对象基本情况分析

基本情况	项目	数量	百分比	累加百分比
性别	男	79	29.26%	29.26%
	女	191	70.74%	100.00%
人群类别	商店店主	3	1.11%	1.11%
	大学生	258	95.56%	96.67%
	老师	7	2.59%	99.26%
	学校工作人员	2	0.74%	100.00%

问卷样本的性别、人群类别两个基本情况通过上表罗列出来,由表可知,接受问卷调查的人群中,女生所占比例比男生大,说明女生使用快递的频率比男生高,女生喜欢网购并且多样化需求比较多,快递公司应针对女性客户提供符合女性消费观念的相关特殊服务。在人群类别这项调查中,大学生的数量占了绝大多数,所占比例达到95.56%,说明高校快递使用者以大学生为主,大学生是高校快递公司的主要服务对象。

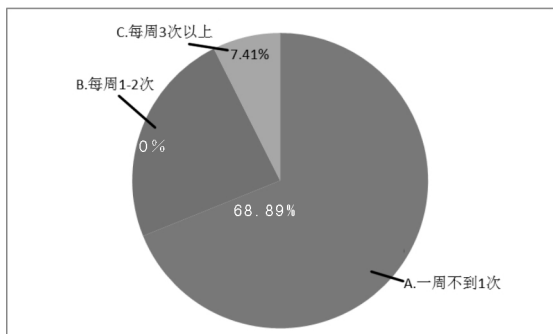


图1 快递使用频率情况

由图1可知:有68.89%的人快递使用频率每周不到一次,说明大部分的人网购频率相对较低,对快递的使用次数较少,而23.70%的人使用快递的次数每周1-2次,这部分的人每个月使用快递的次数达到4-8次,频率相对较高,是快递公司可发展的顾客人群。快递使用频率在每周3次以上的人占比为7.41%,这部分的人对快递的需求较大,经常网购或者邮寄物品,是快递公司应该重点照顾的消费群体。

从图2可以看出:根据快递指定情况调查,有74.07%的人网购时不会要求指定快递,说明大部分的

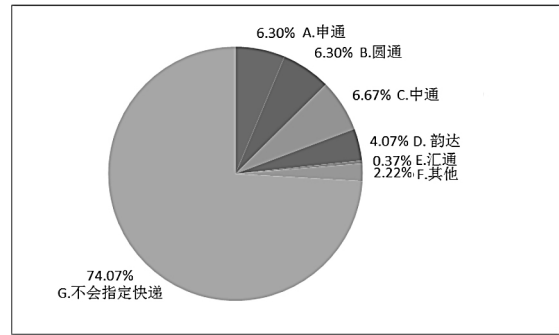


图2 快递公司指定情况

人并没有客户忠诚度,没有形成客户忠诚度的原因有很多,可能是该快递发展时间过短,没有体现其优势,或是服务质量不高不足以留住客户,无论哪种原因,高校快递公司都要采取提升客户满意度的措施,只有客户对快递公司感到满意,才能长久地留住客户,让客户成为公司可持续发展的资源。

4 广西民族师范学院快递使用客户满意度问卷调查分析

4.1 信度和效度检验

4.1.1 问卷信度分析

为了研究问卷调查对象回答是否真实有效,是否准确可靠,本文对问卷调查收集到的数据进行信度分析。所谓信度,就是指进行一次测试,得出测试结果的真实可靠程度。据信度分析要求,将问卷收集到的所有数据录入软件SPSS19.0,通过可靠性分析得出以下分析结果,如表2所示。

表2 可靠性统计量

Cronbach's Alpha	基于标准化项的 Cronbach's Alpha	项数
0.951	0.951	19

根据规定,任何测试或量表的信度系数在0.8以上,则说明该量表的设计有效合理,体现出的信度非常好,可靠性高;信度系数达到0.7以上是刚达标,刚好可以接受的程度;如果在0.6以上,则该量表具有一定价值,但设计有所欠缺,不能有效表达想要测试的问题,应该对量表进行修改订正,使其更完善;如果信度系数低于0.6,则说明该量表设计比较不合理,应该重新设计。通过软件计算,得出Cronbach's Alpha系数为0.951,这说明问卷各指标内部之间具有高度的协调性,量表的信度非常好,可靠性极高,可以用软件进行数据分析。

4.1.2 效度分析

信度和效度存在逻辑关系:有信度不一定有效度,但无信度一定无效度。因此在本文进行了信度分析,证明问卷研究具备信度之后,还对问卷数据进行了效度分析。效度就是指验证研究题项、测试分数是否可以真实有效表达想要研究的变量,反映出想要测量的特征。本文通过因子分析中常见而简单的KMO和Bartlett的检验方法进行效度检验,使用KMO值去表示效度,如果KMO值高于0.8,说明效度非常高;KMO值大于0.7,说明效度较好;KMO值在0.6以上说明效度可以接受;如果KMO值低于0.6,一般就说

明效度不太好,不适用;如果 KMO 值小于 0.5,说明效度完全不佳,需要重新修改题目。Bartlett 球形度检验只需要看 sig 值是否小于 0.05,小于 0.05 就说明可以达标。将问卷所收集到的数据录入软件 SPSS19.0 计算得出的结果如表 3 所示。

表 3 KMO 和 Bartlett 的检验

取样足够度的 Kaiser—Meyer—Olkin 度量		0.945
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	3560.653
	df	171
	Sig.	0

通过上表的数据可知,KMO 的系数值为 0.945,数值很高,说明效度非常好。进行 Bartlett 的球形度检验,得出近似卡方值为 3560.653,Sig 值为 0,小于 0.5,说明达到了显著性水平,问卷达标。

4.2 广西民族师范学院快递使用客户满意度分析

4.2.1 客观题分析

为了更加有效地说明问卷调查样本所填答案的信度,本文对各指标的均值方差和信度都进行了计算分析,如表 4 所示。

表 4 满意度的均值、方差分析

因子	服务指标	均值	方差
快递公司服务	快递公司的服务收费	3.15	0.769
	快递公司货物出仓速度	3.21	0.682
	快递公司货物配送速度	3.30	0.700
	快递公司处理消费者投诉的态度	3.01	0.907
	快递公司处理快递突发事件的应急能力	3.05	0.789
	快递公司赔付机制	2.93	0.884
	快递公司对客户隐私保护程度	3.07	1.028
	货物包装规范合理,保护措施到位情况	3.20	0.877
货物服务	签收货物时,包装受挤压程度	2.99	0.807
	拆开货物包装时,货物本身的完好程度	3.37	0.701
	货物正常运输情况(存在运输方向错误、掉包、丢失)	3.44	0.827
	货物跟踪信息在线查询的便利性和更新及时性	3.41	0.749
人员服务	收派员通知取件时间、地点的合理性	3.48	0.756
	收派员验收货物流程操作的严谨程度	3.29	0.652
	收派员告知快递合同条款具体内容的积极性	3.19	0.902
	收派员对签收人的核查情况(存在代签、冒签)	3.25	0.799
客户整体	收派员节假日或雷雨天派送货物的效率	3.38	0.698
	收派员客户服务态度,专业素质	3.39	0.669
	您对快递公司的物流服务质量整体满意程度	3.43	0.573

由表 4 可知:

19 个项数计算得出的均值都低于 3.5 分,均值分值代表的满意程度在“一般”和“满意”之间,其中“客户整体满意程度”这项对应的均值不高,说明大学生群体对高校快递公司服务、货物服务、人员服务等方面的满意程度不高,直接影响了客户对快递公司物流服务质量的整体满意程度,高校快递公司可以从货物运费、发货以及运输速度等方面对快递服务质量进行完善。

表 4 均值的最低值为 2.93,出现在“快递公司赔付机制”这一项中,说明相对其他服务指标,大部分消费

者对快递公司的赔付机制满意程度最低,间接说明快递公司的赔付机制不够完善,赔付力度不到位,学生的经济能力不独立,比较注重校园快递对破损货物的处理态度,因此校园快递公司应着重完善自身的赔付机制,力求有效快速地解决学生与公司的经济纠纷。

“包装的受挤压程度”这项的得分也相对较低,只有 2.99 分,显示货物在运输途中保护措施不完善,导致货物受到不同程度的挤压,或是快递派件员存在野蛮搬卸的情况对货物的包装造成了损害。客户对网购物品的第一印象来源于包装的完好和精美程度,包装的保护力度很大程度上影响了客户满意度,校园快递应予以重视。

大部分学生对“收派员客户服务态度、专业素质”的评价不高,表明收派员的专业素质没有得到学生的肯定,收派员是将货物派送到客户手上的最后环节,收派员的服务态度直接影响客户的心情,良好的服务态度可以增加客户好感,提升快递公司的形象,从而发展长期客户资源,培养员工的专业素质,增强员工责任感是快递公司提升客户满意度的有效途径。“收派员通知取件时间、地点的合理性”在 19 个项数中的均值得分最高,为 3.48 分,满意程度高于“一般”,说明相对其他服务指标大部分接受调查的大学生对收派员通知取件时间、地点的合理性感感到相对较满意,符合学生群体的基本要求。

19 个项数的方差值在 0.573 到 1.028 之间变动,方差变动的幅度很小,说明各项之间的稳定性很好。快递公司服务、货物服务、人员服务三项相对应的 Cronbach's Alpha 值都在 0.86 以上,各变量间的信度很高,数据真实可靠。

4.2.2 问卷调查开放性题目结果分析

本文在问卷的第三部分设置了一道开放性题目,用于收集提升客户满意度的建议。由于是开放性题目,所以填写的比率不高,270 份问卷,只有 105 份问卷填写了答案。我进行了统计和分析操作,将填写有答案的 105 份问卷提取了关键字,最后通过整理将大家提出的建议里重复率高以及指向性明显的字眼提取出来,便于分析大家所关注的问题。经过提取,最终得出的结果如图 3 所示。

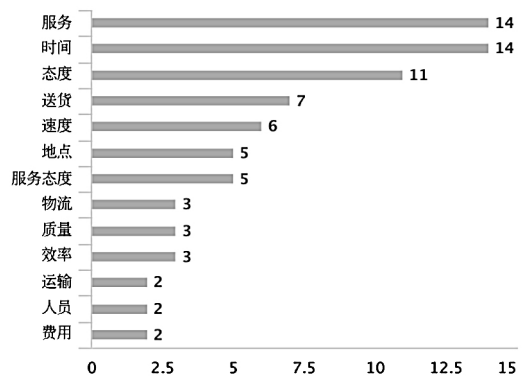


图 3 关键字提取情况

由图 3 可知:

服务和时间出现的频率很高,说明大多数人比较关心的方面在于快递公司的服务和派件时间,并且认为快递公司在这两方面做得不够,需进行改善,提升服务质量,优化派件时间。态度和服务态度体现的内容相类似,都是针对快递公司人员服务态度的。根据问卷填写的答案分析,大部分人都对快递公司的员工服务态度感到不满意,认为派件人员服务意识不强,态度不友好,快递公司应该加强对员工专业素质的培养。

送货的速度、地点也是大学生关注的重点,大学生们追求方便快捷,对送货速度的效率以及派件地点的合理性提出了高要求,越来越多的人提出送货上门的要求,希望快递公司解决“最后一公里”问题。

质量、效率、运输、人员、费用这五个关键词都是快递公司物流成本的具体表现,快递公司物流成本的合理分配是提升客户满意度的有效途径。简化运输流程,提高运输效率,人员配置合理有效,管理制度不断完善,从而降低物流成本,最终实现快递费用的减少。

5 广西民族师范学院快递物流服务客户满意度提升对策

本文从人员配备、管理模式、快递人员的服务态度、通知取件时间、验货流程以及快递取件的智能化等方面对高校快递公司提出了提升客户满意度的对策。

5.1 高校快递公司快递收发工作,应及时合理、高效便利

快递取件时间与高校师生作息时间存在较大冲突,快递公司须提高货物中转和信息录入发送效率,提前通知取件时间,便于学生根据自身特点合理安排取件时间。此外可以对常用客户进行深入接触,了解掌握固定客户的具体情况,根据不同客户的特定需求,在服务时间上作出合理调整,适应高校师生各自不同的生活作息规律。

5.2 服务程序需调整完善,严格规范

快递派送中,众多快递只要求签收人签字即可,导致快递包裹代签、冒签的事件时有发生。此外快递行业中先签收,后验货的规定,严重不符合国家关于快递行业的技术要求和规范。因此高校快递公司工作人员在服务的过程,应规范签收流程,核实签收人真正身份信息,履行相应的告知义务,帮助客户了解其自身的合法权利,把消费者权益保护放在首位,恪守职业道德。

5.3 服务费用应科学合理、行业统一

快递运费收费过高,各快递代理点之间价格不统一,价格混乱是校园快递普遍存在的现象。对此,高校快递公司应需要统一行业收费标准,严格遵守实施;也可以根据自身服务特征,在适当的幅度做出合理收费规定。

5.4 快递包裹存放时间适当延长,存放地点安全科学

高校师生作息时间往往和快件签收的时间存在冲突,快递包裹的存放,也存有漏洞,建议快递公司可引进先进的物流设备,改造完善快递存放点,提高服务质量。如:近邻宝等,使取件更加智能化,突破时间限制,延长快件存放天数,节省人力物力,方便师生取件。

5.5 快递服务人员职业道德与规范需培养提高

快递派件员工服务态度差,服务质量不高是一直困扰着高校师生的一个问题。快递公司应加强对员工专业素质的培养,提升员工的公司集体荣誉感,提高服务水平,对待客户讲文明讲素质。同时快递代理点应开通投诉渠道,接受社会大众的监督和控诉。从反思调整中,不断提高完善快递服务质量,在社会中发展,与时代同进。

5.6 完善消费者自我维权途径,及时解决快递纠纷争议

消费者利益受损后,自我维权困难重重一直是快递行业存有的不公平的现象,在利益受侵害后,消费者因自身势弱,在私利维权中往往与公司处于不对等的地位,许多消费者不愿拿起法律武器维护自己合法权益。因此,为了合理及时解决纠纷矛盾,快递公司应该配备相应法律技术人才,开展多渠道维权途径,争议发生后可主动与消费者自主协商,及时和解。

参考文献

- [1] Lewis R. C., Booms B. H. The marketing aspects of service quality[J]. Emerging Perspective on Service, 1983, 3(1): 99-107.
- [2] Mentzer. Physical Distribution SERVICE: A Fundamental Marketing Concept[J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 1989, 17(4): 53-64.
- [3] Coyle, John J., Edward J. Bardi, and C. John Langley Jr. The Management of Business Logistics[M]. Paul MN: West Publishing Company, 1992, (5), 45-48.
- [4] Millen R, Maggard M. The change in quality practices in logistics: 1995 versus 1991[J]. Total Quality Management, 1997, 8(4): 173-179.
- [5] D. J. Bowersox, D. J. Closs and M. B. Corper. Supply Chain Logistics Management. 2nd ed, Beijing, China Machine Press, 2007: 9-10, 51-54.
- [6] 毛梦圆, 娄红, 杨振华. 高校校园快递协同管理模式研究[J]. 电子商务, 2013, (12): 92-94.
- [7] 吴奕, 邓庆华. 浅谈校园物流快递的服务优化[J]. 科技视界, 2013, (7): 93-94.
- [8] 王凯. 合肥高校快递服务的现状及对策研究[J]. 长春理工大学学报(社会科学版), 2014, (09): 104, 105, 109.
- [9] 郑红明. 高校快递体系现状和策略分析——以韶关学院为例[J]. 鄂州大学学报, 2014, (06): 36-37.
- [10] 任大勇. 学生自我管理下的高校校园快递新模式研究[J]. 物流技术, 2014, (11): 71-73.
- [11] 杨晓红. 高校校园快递“校企双主体”运营模式研究[J]. 物流科技, 2014, (07): 35-37.
- [12] 金津, 杨爱民, 华瑞驿. 高校快递业的现状及未来新模式的研究分析[J]. 电脑知识与技术, 2014, (33): 8072, 8075, 8078.
- [13] 陈善善, 李建东. 高校快递管理新模式探讨[J]. 改革与开放, 2015, (19): 116-118.
- [14] 王俊祿, 杨浩, 徐思萌等. 北京高校快递收发站大众参与配送模式研究[J]. 物流工程与管理, 2015, (03): 5-7.
- [15] 明道雨. 基于高校快递送货上门的B2C系统集中式决策模式研究[J]. 物流科技, 2015, (10): 137-140-145.
- [16] 宋志惠, 李帅, 江姍等. 快递企业在高校快递服务体系现状及对策分析——基于石家庄几所高校的调查[J]. 企业导报, 2016, (06): 50-52.