

*Agnieszka Cholewa*

**Katedra Opakowalnictwa Towarów**

# Techniczne i funkcjonalne aspekty kształtowania jakości usług transportowych

## 1. Wprowadzenie

Cechą XXI w. jest wysoka mobilność społeczeństw oczekujących usług transportowych odpowiedniej jakości oraz potrzeba szybkich przemieszczeń ładunków wynikająca z zapotrzebowania globalnej gospodarki.

Celem niniejszej pracy jest analiza istoty usług transportowych ze szczególnym uwzględnieniem kształtowania się ich jakości oraz zaprezentowanie techniczno-technologicznej i rynkowej specyfikacji usług na rynku transportowym.

## 2. Istota usługi transportowej

Branża transportowa świadczy usługi, które pod wieloma względami różnią się od usług wytwarzanych i oferowanych przez różnego rodzaju przedsiębiorstwa. Działalność transportowa związana jest z produkcją i sprzedażą usług przez podmioty gospodarujące na zróżnicowanym rynku transportowym [11].

Usługa według PN-EN ISO 9000:2001 jest wynikiem działań na styku między dostawcą a klientem oraz wewnętrznej działalności dostawcy w celu spełnienia potrzeb klienta [9].

Usługi transportowe są przedmiotem obrotu rynkowego, a celem nadrzędnym ich producentów jest zaspokojenie potrzeb związanych z przemieszczaniem ładunków w czasie i przestrzeni. Każda usługa transportowa może być efektem kombinacji wielu czynników, które stanowią o jej odrębnej i niepowtarzalnej postaci. Jeśli chodzi o odpowiednie połączenia decydujące o charakterze oferowanej lub wytworzonej usługi, należy wyróżnić następujące czynniki [4]:

- obszar przewozu (np. przewozy lokalne, regionalne czy międzynarodowe),
- charakter przewozu (przewozy indywidualne, specjalizowane, intermodalne),
- odległość i szybkość przewozu.

Usługi transportowe ogólnie można podzielić na dwa rodzaje [10]: podstawowe oraz pomocnicze.

Istotą podstawowych usług transportowych, wytwarzanych i oferowanych na rynku przez przewoźników zaangażowanych w przewozy, jest przemieszczanie ładunków lub pasażerów. Natomiast do usług pomocniczych, stanowiących przedmiot obrotu na rynku transportowym, zalicza się wszystkie dodatkowe usługi świadczone na rzecz pasażerów i ładunków. Są one związane przede wszystkim z organizacją i realizacją przewozów. Specyfiką przedmiotową rynku transportowego jest różnorodność ofertowanych usług, które są zmienne w czasie i przestrzeni. Ponieważ nabywcy oceniają oferowane usługi transportowe i dokonują ich krytycznej selekcji, a wybór danego przewoźnika i sposobu przewozu rozpatrywany jest przede wszystkim pod kątem spełnienia oczekiwań jakościowych usługobiorców, dlatego też powinny to być usługi transportowe odpowiedniej jakości. Z uwagi na niematerialny charakter usług transportowych nabywca kupuje przede wszystkim wizję satysfakcji z wyboru gałęzi transportu oraz przewoźnika. Wysoka jakość usługi kształtuje prestiż samej usługi transportowej oraz jej producenta i sprzedawcy [11].

### 3. Jakość usług transportowych

Według PN-EN ISO 9000:2001 jakość to stopień, w jakim zbiór inherentnych właściwości spełnia wymagania [9]. Jakość obejmuje zatem nie tylko spełnienie potrzeb klientów odnośnie do właściwego produktu, lecz także możliwości dysponowania nim w pożądanej ilości, w konkretnym czasie i w oznaczonym miejscu. Reasumując, przez jakość produktu należy rozumieć także czynności wykonywane przed i po sprzedaży oraz te, które są związane z dostarczaniem produktu w żądane miejsce i w ustalonym czasie [14].

Powyższe uwagi odnoszą się także do przedsiębiorstw usługowych, w tym działających na rynku transportowo-spedycyjnym. Ich produktem jest usługa, która charakteryzuje się pewnymi specyficznymi cechami w porównaniu z wyrobami o charakterze materialnym. Niemniej troska o jakość jest tu równie ważna, co w zakładach produkcyjnych.

Jakość usług transportowych jest nierozzerwalnie związana z cechami wynikającymi z samej istoty usług transportowych. Do najbardziej charakterystycznych należy zaliczyć [8]:

- brak możliwości ich składowania,

- niematerialność,
- jednoczesność i nierozzerwalność,
- konsumpcję przy wytwarzaniu,
- trudność standaryzowania ze względu na ich niematerialność.

Powyższe cechy determinują wachlarz ofertowy usług transportowych oraz powodują określone konsekwencje na rynku transportowym. Gospodarczym następstwem pierwszej z wymienionych cech usług jest niemożność wytwarzania usług transportowych na zapas i ich magazynowania. Konsekwencją braku możliwości tworzenia zapasów usług transportowych jest również konieczność posiadania rezerw zdolności przewozowej, niezbędnych do zaspokojenia zwiększonego zapotrzebowania na usługi transportowe lub wymiany środków transportowych.

Z jednoczesności i nierozzerwalności procesów produkcji i konsumpcji w powiązaniu z cechą zmiennej jakości usług wynika prawdopodobieństwo nabycia usługi o innym niż oferowany standardzie. Również niematerialność usług transportowych powoduje trudność określenia przez nabywcę ich jakości przed zakupem. Właściwości tych usług mogą zostać ocenione dopiero po ich wykonaniu, stąd ocena jakości usługi transportowej może być subiektywna. Natomiast z różnorodności i zmienności usług transportowych wynikają trudności standaryzowania. Pomimo istnienia możliwości pomiaru jakości usługi z punktu widzenia oceny konsumenckiej, w powszechnym i naukowym odczuciu postrzeganie jakości usług jest wysoce subiektywne [1].

Świadczenie usług transportowych jest ściśle związane z procesem komunikowania się z nabywcami. Sposoby kontaktowania się mogą często wpływać na poziom satysfakcji lub niezadowolenia usługobiorców. Firmy chcące świadczyć usługi transportowe na odpowiednim poziomie jakości muszą rzetelnie informować nabywców o zakresie usług, a także często o przewoźniku lub organizatorze. Znane są bowiem przykłady takich firm, jak American Express, Linii Lotniczych Delta czy British Rail, w których nastąpiła konieczność zmiany działań rynkowych przedsiębiorstw transportowych w związku z niespełnieniem obietnic przekazywanych w ramach komunikacji zewnętrznej.

Z powyższymi uwarunkowaniami ściśle wiążą się działania na rzecz podnoszenia jakości obsługi rynku poprzez wzrost standardu świadczonych usług i wdrażanie coraz bardziej satysfakcjonujących rozwiązań. Wysoka jakość usług transportowych jest również ważnym elementem konkurencji i coraz częściej przesądza o rynkowym sukcesie przedsiębiorstwa. To jedno z ważniejszych kryteriów wpływających na wybór przewoźnika i świadczonych usług [10].

#### 4. Kształtowanie popytu i podaży na usługi transportowe

Popyt na usługi transportowe to określone relacje pomiędzy liczbą usług transportowych a usługobiorcami skłonnymi je nabyć w określonym czasie i miejscu oraz na określonych warunkach finansowych. Jego rozmiary są uwarunkowane charakterem i liczbą powiązań pomiędzy przewoźnikami i nabywcami usług. Z charakterystyki rozmieszczenia potencjalnych miejsc popytu wynikają konkretne potrzeby adresowane do przewoźników w zakresie odległości i relacji przewozowych, stawek taryfowych i sposobów przemieszczania [10].

Zaspokajanie potrzeb związanych z usługami transportowymi powinno być realizowane zgodnie z preferencjami użytkowników, a więc zgodnie z jakościowymi oczekiwaniami nabywców. Wyartykułowane właściwości jakościowe określają warunki realizacji potrzeb transportowych. Poszczególne właściwości jakościowe usług transportowych przedstawione są w tabeli 1.

Tabela 1. Wybrane właściwości jakościowe usług transportowych

Odległość przestrzenna	Czas	Przedmiot przewozu
- dostępność do sieci transportowej - przepustowość	- szybkość - niezawodność - częstotliwość - punktualność	- bezpieczeństwo - masowość - pewność - kompleksowość obsługi

Źródło: opracowanie własne na podstawie [13].

Liczba i rodzaje zgłaszanych postulatów charakteryzujących potrzeby na rynku usług transportowych są praktycznie nieograniczone, ze stałą tendencją do ich pomnażania. Wraz z rozwojem społecznym i gospodarczym wyodrębniły się, a następnie ulegały przewartościowaniu, istotne z punktu widzenia nabywcy usług transportowych następujące cechy: szybkość, częstotliwość, niezawodność, dostępność, cena itp. Na tym rynku podstawowym wymaganiami będzie jednak zawsze bezpieczeństwo powierzonego do przemieszczenia ładunku. Jest ono najważniejszą cechą, o znaczeniu nadrzędnym, która nie podlega procesom hierarchizacji.

Zestawienie najistotniejszych właściwości usług transportowych należy uzupełnić czynnikiem kosztów usługi transportowej, ponieważ z każdą potrzebą transportową wiążą się określone konsekwencje finansowe, w znacznym stopniu decydujące o wyborze sposobu, a nawet realizacji zgłoszonej potrzeby transportowej [10].

W tabeli 2 przedstawione zostały cechy potrzeb transportowych, które korespondują z odpowiednimi wymaganiami, uściślającymi elementy struktury potrzeb transportowych jako elementu rynku. Mimo zewnętrznej analogii



w zakresie ogólnych komponentów wymagań (np. ilości bądź masy, czasu, bezpieczeństwa), każdy kompleks wymagań związanych z przewożonymi ładunkami ma odrębną strukturę i odmienne cechy związane z przedmiotem przewozu.

Tabela 2. Wybrane elementy struktury potrzeb transportowych

Cechy potrzeb transportowych	Cechy uściślające potrzeby transportowe ładunków	Poszczególne kryteria jakości
Bezpieczeństwo	brak ubytków, uszkodzeń ładunku	bezpieczeństwo
Ilość/masa	ilościowe możliwości przewozowe różnych gałęzi transportu	ilościowa zdolność przewozowa
Czas	dostawy ładunku od momentu przyjęcia, poprzez nadawcę, aż do wydania odbiorcy	szybkość, dogodność czasowa i przestrzenna, regularność, punktualność
Podatność przewozowa	możliwości przewozowo-peladunkowe	dostosowanie do przewozu ładunku

Źródło: opracowanie własne na podstawie [10].

Dokonując wyboru przewoźnika i formy przewozu, usługobiorcy zgłaszają określone preferencje i możliwości dotyczące realizacji usługi transportowej. Są one zindywidualizowane i zmienne, w zależności od preferowanego sposobu i czasu przewozu. Stąd o rozkładzie popytu na usługi transportowe pomiędzy poszczególnych przewoźników przesądzają najczęściej [5]:

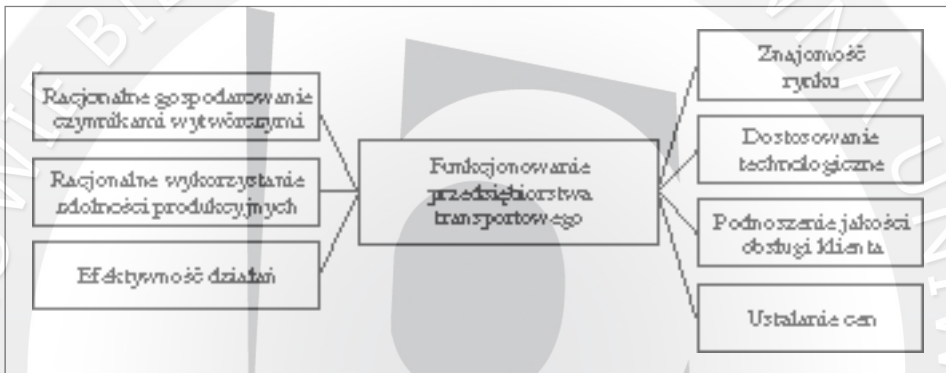
- stopień realizacji poszczególnych kryteriów jakości świadczonych usług,
- cechy świadczonych usług,
- stawki opłat za przewóz oraz inne koszty transportu ponoszone przez użytkownika.

Pomiędzy przedsiębiorstwami transportowymi a nabywcami usług transportowych kształtują się warunki konkurencyjne, wpływające na efekt braku równowagi na zróżnicowanych gałęziowo i strukturalnie rynkach przewozowych. Rozpoznanie popytu na usługi transportowe, siły oddziaływania potrzeb oraz ograniczeń dotyczących miejsca i czasu ich powstawania i realizacji stanowią niekwestionowaną podstawę istnienia na rynku.

Natomiast podaż jest warunkiem niezbędnym do zaspokojenia potrzeb zgłaszanych przez potencjalnych nabywców. Sprawne rynkowo i ekonomicznie przedsiębiorstwa transportowe powinny dążyć do pełnego zaspokojenia popytu zgłaszanego przez potencjalnych nabywców zgodnie z ich preferencjami i oczekiwaniami.

Działalność przedsiębiorstw transportowych cechuje szczególna podatność na innowacje. Jej odzwierciedleniem są wdrażane nowe technologie przemieszczania, udoskonalone usługi oraz lepsze organizowanie transportu. Rozpowszechniają się również praktyki intermodalizmu. Są to technologie integrowa-

nia procesu transportowego oraz postępująca koordynacja obsługi transportowej, w wyniku której usługa zostanie zrealizowana w sposób możliwie jak najbardziej sprawnie. Dla przedsiębiorstw transportowych podstawowym zadaniem jest ustalenie wszystkich okoliczności stopnia zaspokojenia tych samych potrzeb w kontekście wyższej użyteczności świadczonych usług transportowych oraz podnoszenia sprawności funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku transportowym. Kryteria oceny sprawności funkcjonowania przedsiębiorstw transportowych zostały przedstawione na rys. 1 [6].



Rys. 1. Kryteria oceny sprawności funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku transportowym

Źródło: [7].

Istotne znaczenie dla innowacyjności w sferze podaży usług transportowych i podnoszenia sprawności przedsiębiorstw tej branży ma poziom intensywności konkurencyjnej pomiędzy podmiotami świadczącymi podobne bądź tożsame usługi. Ponieważ konkurencja cenowa jest w praktyce utrudniona ze względów zarówno ekonomicznych, jak i prawnych, dlatego też przedsiębiorstwa rywalizują między sobą różnorodnością ofertą świadczonych usług. Sposobność ekspansji rynkowej z powodzeniem wykorzystują na przykład przewoźnicy na rynkach usług lotniczych i samochodowych. Przejawem innowacyjności w takich warunkach jest tworzenie koncepcji potencjalnej usługi, a następnie poszukiwanie możliwości jej rozszerzenia, doskonalenia oraz ciągłego dostosowania do zgłaszanych potrzeb [3].

Podejmowanie działań dostosowawczych w stosunku do popytu i podaży musi być powiązane z wynikami systematycznie prowadzonych badań. W sytuacji nadwyżki podaży nad popytem przedsiębiorstwa transportowe powinny w pierwszym rzędzie dążyć do zwiększenia popytu. W wypadku niemożności uzyskania zadowalających rezultatów w zakresie wzrostu popytu, należy ograniczyć podaż.

Podjmując działania dostosowawcze przedsiębiorstwa transportowe powinny pamiętać, aby nie wpłynęły one na obniżenie jakości usługi [13].

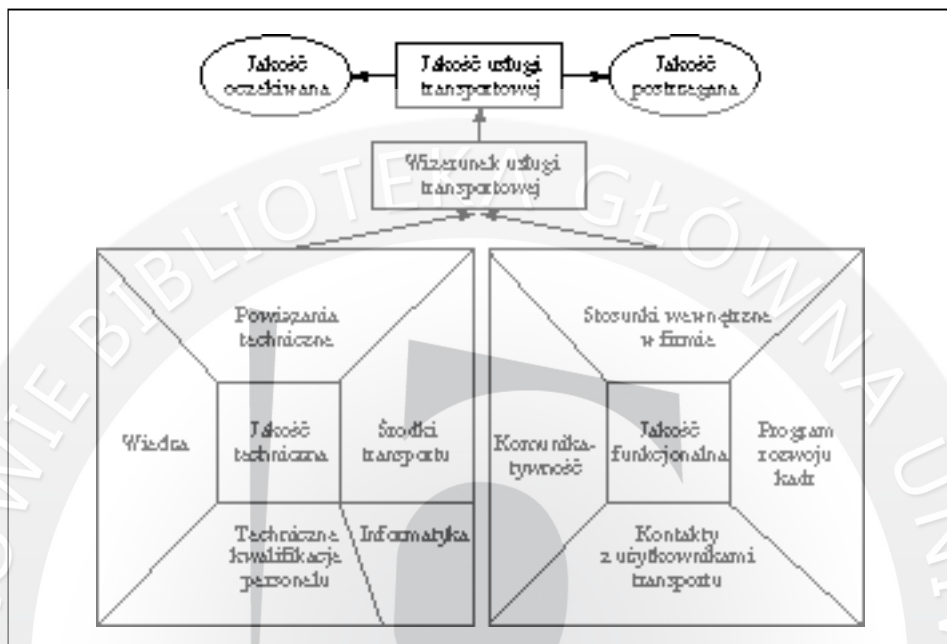
## 5. Aspekty formowania usługi transportowej

Proces formowania usługi transportowej musi być skoordynowany ze strategią cenową, dystrybucyjną oraz promocyjną. Konieczność koordynacji wynika z faktu, że kształtowanie usługi transportowej wpływa na potrzebę i możliwość stosowania także pewnych narzędzi marketingu [13].

Techniczno-technologiczna i rynkowa specyfikacja usług determinuje charakter ich funkcjonowania na rynku transportowym. Wynika ona z podstawowych cech odróżniających usługi transportowe od innych usług. Chodzi tu głównie o różnice ujawniające się w relacji usługodawca–nabywca oraz cechy działalności usługowej rozumianej jako dążenie do usatysfakcjonowania użytkownika w myśl reguły „jakość oczekiwana – jakość rozumiana”, a także o konieczność rozróżnienia technicznego i funkcjonalnego aspektu owej jakości [12].

Jakość techniczną „otrzymuje” użytkownik transportu w procesie świadczenia usługi, natomiast sposób obsługi stanowi o jakości funkcjonalnej tej usługi. Model kształtowania jakości usługi transportowej został przedstawiony na rys. 2. Jakość funkcjonalna usługi transportowej zależy od kwalifikacji, umiejętności, sposobu obsługi oraz predyspozycji zawodowych personelu bezpośrednio kontaktującego się z użytkownikami transportu. Istotne znaczenie dla poziomu jakości funkcjonalnej ma również nabywca, który jest uczestnikiem procesu świadczenia usługi. Zasadniczy problem wynikający z niematerialności usługi transportowej stanowi brak możliwości jej prezentacji. Nabywca nie jest w stanie dokonać oceny walorów użytkowych oraz jakościowych przed jej zakupem, może to uczynić dopiero po realizacji usługi. Powoduje to niepewność co do trafności decyzji o ewentualnym zakupie oraz co do oceny jej użyteczności. Konsekwencją takich uwarunkowań są również odmienne zachowania rynkowe nabywców usług transportowych, którzy [10]:

- przy wyborze kierują się głównie opinią o przewoźniku,
- przyjmują, „czysto marketingowe założenie”, że cena usług transportowych jest wyznacznikiem ich jakości,
- stają się lojalni wobec przewoźników, jeżeli ich potrzeby zostają w pełni zaspokojone.



Rys. 2. Model kształtowania jakości usługi transportowej

Źródło: [7].

W procesie kształtowania usługi transportowej dominujące znaczenie ma aspekt rynkowy. Nakazuje on rozpatrywać usługę transportową wyłącznie przez pryzmat potrzeb konsumenta, jako środek do ich zaspokojenia. Znajomość hierarchizacji pożądanych przez użytkowników właściwości usługi transportowej powinna być elementem kształtowania strategii firmy i całego rynku transportowego [13].

Usługobiorca oczekuje usług najwyższej jakości. Swoje oczekiwania wyraża w postulatach przewozowych zgłaszanych pod adresem usługodawców i samych usług. Dlatego też w zorientowanej na rynek działalności transportowej celem nadrzędnym jest satysfakcja nabywców z nabytych i skonsumowanych usług. Ta natomiast zależy od relacji pomiędzy pożądaną wartością i jakością a jakością i wartością otrzymaną przez kontrahenta. Wartość usługi jest definiowana na rynku przez nabywców na podstawie spełnionych przez nią oczekiwań. Rozwój techniki i technologii przyspiesza procesy doskonalenia oraz zmian w postrzeganiu jakości usług i wartości. Na tej podstawie kształtuje się spirala eskalacji oczekiwań i współzależnych sprzężeń. Spirala ta została zaprezentowana na rys. 3.

Dynamiczny rozwój transportu stwarza warunki do coraz pełniejszej realizacji tych oczekiwań, a rozwój usług transportowych na wszystkich swych szczeblach – wiele możliwości dla właściwego pozycjonowania usług i przed-





Rys. 3. Spirala współzależnych oczekiwań pomiędzy jakością usługi a wartością dla klienta.

Źródło: opracowanie własne na podstawie [10].

siębiorstw. Czynności te sprowadzają się do zastosowania odpowiednich technik wyróżniania i podejmowania decyzji w celu osiągnięcia lub utrzymania zamierzonego wizerunku i pozycji firmy w oczach nabywców na tle ofert przedsiębiorstw konkurencyjnych lotniczych i spedycyjnych.

Proces kształtowania usługi transportowej powinien zmierzać do ograniczenia niekorzystnych konsekwencji cech techniczno-technologicznych usługi transportowej. Niezwykle istotne jest również wykorzystanie znajomości preferencji klientów co do właściwości usług i innych jej aspektów rynkowych.

## 6. Kryteria oceny efektywności usług transportowych

Badania efektywności procesów transportowych analizuje się w odniesieniu do wybranych zagadnień transportowych. W badaniach przyjmuje się przykłady, których rozwiązanie stanowi podstawę do oceny efektywności usług transportowych. Zadania te dotyczą wyboru usług transportowych, optymalizacji przewozów itp. W analizie wskazuje się na uwarunkowania mające charakter ogólny. W odniesieniu do procesów transportowych za punkt wyjścia takich uwarunkowań uznawane są kryteria wyboru. Interesującą propozycją w tym względzie są rozważania R.H. Ballou. W swojej syntezie R.H. Ballou porównał różne typy transportu, biorąc pod uwagę podstawowe kryteria rozpatrywane w systemach transportowych [2].

W ocenie efektywności procesów transportowych można uwzględnić różne rodzaje usług świadczonych przez przedsiębiorstwa transportowe. Koncentracja usług wokół podstawowych modeli wynikających z rodzaju środka transportu wymaga przyjęcia oceny jakości i kosztów transportu. Porównanie róż-

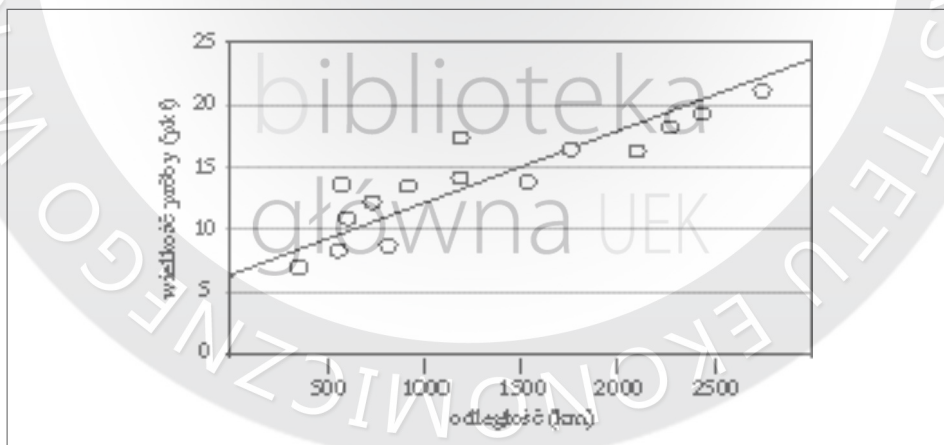
nych rodzajów transportu pod względem kosztów, czasu przewozu i strat przedstawia tabela 3.

Tabela 3. Porównanie rodzajów transportu pod względem kosztów, czasu przewozu i strat

Rodzaj transportu	Koszt (1 - najwyższy)	Średni czas przewozu (1 - najszybszy)	Zmienność czasu przewozu (procentowa) (1 - najmniejsza)	Straty i zniszczenia (1 - najmniejsze)
Kolej	3	3	3	5
Samochód	2	2	2	4
Statek	5	5	4	2
Rurociąg	4	4	1	1
Samolot	1	1	5	3

Źródło: [2].

W ocenie jakości usług transportowych przyjmuje się kilka cech charakterystycznych dla danego systemu. Są nimi średni czas dostawy, zmienność i straty. Dominujący parametr stanowią koszty transportu. Przeprowadzone analizy wymagają wskazania, że w szczególnych okolicznościach, przy pewnych odległościach, organizacji przewozu, związkach usługobiorca–przewoźnik, ranking ten może ulec zmianie lub określone usługi mogą być niedostępne. Jednocześnie wskazano na jeden z ważniejszych parametrów ekonomicznych wpływających na koszty transportu, którym jest stawka transportowa, co przedstawia rys. 4 [6].



Rys. 4. Krzywa stawek transportu dla wybranych odległości

Źródło: [2].

W procesie budowy krzywej szacunku stawek transportowych zbierane są dane dotyczące stawek z różnych odległości do miejsc wysyłki. Optymalna

wielkość próby wynosi od 30 do 50 punktów. Stawki określa się wówczas w odpowiednio zebraną taryfę, a odległości ustala według odpowiednich tabel [2].

Odpowiednie przeliczenia stawek i innych danych umożliwiają określenie kosztów transportu, które z jednej strony są podstawowym kryterium wyboru w procesach transportowych, z drugiej natomiast wpływają na efektywność całego systemu logistycznego.

## 7. Podsumowanie

Obecnie na rynku usług transportowych warunki kształtowania konkurencyjności są utrudnione. Zdobywanie ugruntowanej pozycji wśród przedsiębiorstw oferujących usługi transportowe jest niezwykle trudne i kapitałochłonne, gdyż zmieniają się wymagania na rynku przewozów ładunków, następuje wzrost wymagań jakościowych oraz zapotrzebowanie na usługi kompleksowe. W sytuacji, kiedy na rynku usług transportowych występuje szeroka oferta usługowa, wynikająca z przewagi podaży nad popytem na zgłaszane usługi, potencjalny ich nabywca posiada możliwość wyboru usługi najbardziej odpowiedniej z punktu widzenia jego preferencji, która zdecyduje o odrębności, formie i niepowtarzalności oferowanej lub wytworzonej usługi. Przedsiębiorstwa pragną, aby usługi te zapewniły również firmie pozycję umożliwiającą funkcjonowanie i bycie konkurencyjną na rynku, bowiem to właśnie konkurencja jest jednym z najważniejszych procesów i regulatorów współczesnego rynku transportowego.

## Literatura

- [1] Averous B., *Jakość dźwignią zmian w przedsiębiorstwie*, „Biuletyn Komunikacji Miejskiej” 1999, nr 48.
- [2] Ballou R.H., *Bussines Logistics Management*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey 1992.
- [3] Daszkowska M., *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*, PWN, Warszawa 1998.
- [4] Krasucki Z., *Transport i spedycja w handlu zagranicznym*, UG, Warszawa 1997.
- [5] Liberadzki B., *Transport, popyt, podaż, równowaga*, PWE, Warszawa 1996.
- [6] Neider J., Marciński D., *Transport intermodalny*, PWE, Warszawa 1997.
- [7] Olearnik J., Pluta M., *Mechanizm kształtowania konsumpcji usług*, PWE, Katowice 1991.
- [8] Payne A., *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1996.
- [9] PN-EN ISO 9000:2001. System zarządzania jakością. Podstawy i terminologia.
- [10] Rucińska D., *Marketingowe kształtowanie rynku usług transportowych*, UG, Gdańsk 2001.
- [11] Rucińska D., *Zarządzanie marketingowe działalnością transportową*, UG, Gdańsk 1998.
- [12] Rucińska D., Ruciński A., *Marketing na rynku usług lotniczych*, UG, Gdańsk 2000.
- [13] Rutkowski K., *Rynek międzynarodowych przewozów lotniczych*, UG, Warszawa 1997.
- [14] Rydzkowski W., Wojewódzka-Król K., *Transport*, PWN, Warszawa 2002.
- [15] *Transport międzynarodowy*, red. T. Szczepaniak, PWE, Warszawa 1996.

### **Technical and Functional Aspects of Developing the Quality of Transport Services**

Transport services are subject to the market and the overall objective of providers of these services is to meet the needs associated with the movement of cargo. The specifics of the transport market include the diverse range of services on offer that vary over time and space. Clients evaluate transport services in terms of quality. The quality of these services is inextricably linked to the attributes that result from the very nature of transport services. These attributes, as well as technical, technological and market specifications, determine the range of services offered and the character of services on the transport market.

