

УДК 658.64

КОНЦЕПЦИЯ SLM В ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ
ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА
THE CONCEPT OF SLM IN THE FORMATION OF A
LOGISTICS SERVICE SYSTEM

Кухарчук А.Д.

Научный руководитель – Якубовская Т.Л., старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет,

г. Минск, Беларусь

annakukharchuk02@mail.ru

А. Kukharchuk,

Supervisor – Yakubovskaya T., senior lecturer

Belarusian national technical university, Minsk, Belarus

Аннотация. Формирование системы логистического сервиса с использованием концепции Service Level Management позволяет компании, оказывающей логистические услуги, получить стратегические конкурентные преимущества на рынке, обеспечить прозрачность своей работы и обосновать объективность оказываемых услуг.

Abstract. The formation of a logistics service system using the Service Level Management concept allows a company providing logistics services to gain strategic competitive advantages in the market, ensure transparency of its work and justify the objectivity of the services.

Ключевые слова: логистический сервис, услуга, потребитель.

Key words: logistics service, service, consumer.

Введение.

Формирование системы логистического сервиса на конкурентном рынке логистических услуг способствует долгосрочному развитию предприятия, является своего рода средством достижения конкурентных преимуществ. В современной экономике компаниям-заказчикам уже недостаточно оказывать услуги по низким ценам или в соответствии со среднерыночными показателями. Партнер, который заинтересован в долгосрочном сотрудничестве, постоянно анализирует рынок с целью поиска новых услуг и оптимизационных решений является конкурентоспособным.

В общем виде, услуга – это чье-то полезное действие, совершенное в отношении кого-либо, направленное на оказание помощи. Сервисом принято называть работу по предоставлению услуг, направленную на удовлетворение чьих-либо потребностей. Сервис – это система обеспечения, которая позволяет клиенту выбрать оптимальный вариант потребления услуги либо приобретения товара. [1]. Логистический сервис можно определить как управление потоками услуг посредством осуществления совокупности нематериальных логистических операций, которое обеспечивает максимальное удовлетворение потребительского спроса наиболее оптимальным способом.

Формирование системы логистического сервиса на предприятии можно осуществлять, основываясь на концепции Service Level Management (SLM). основополагающая цель данной концепции – постоянный оперативный и стратегический контроль логистических операций, а также координация и улучшение обслуживания клиентов. Ключевыми элементами SLM являются мониторинг, отчетность о работе всех задействованных в процессе служб и рациональное стимулирование участников в соответствии с прибыльностью проекта, балансом затрат и политикой компании. Процесс оказания логистических услуг становится более прозрачным и управляемым благодаря внедрению концепции SLM.

Основная часть.

Базовыми принципами логистического сервиса согласно концепции являются неразрывная связь сервиса с ключевыми задачами и принципами маркетинговой деятельности компании; наиболее полное его соответствие требованиям потребителей и характеру потребляемых услуг; направленность сервиса на учет изменяющихся требований заказчиков и рынка, его гибкость [2]. Необходимость наличия у предприятия четко определенной стратегии в области логистического обслуживания клиентов обусловлена обширной разновидностью предоставляемых логистических услуг и значительным диапазоном, в котором она может изменяться, а также рядом других факторов.

Чтобы сформировать систему логистического сервиса необходимо осуществить несколько ключевых действий в следующей последовательности:

1) сегментация потребительского рынка – деление рынка на конкретные группы потребителей, которые характеризуются особенностями потребления и требуют соответствующие этим особенностям услуги (по географическому признаку, характеру услуги, периодичности потребления и тому подобному);

2) определение наиболее значимых для потребителя услуг и их ранжирование (экспертные оценки, опрос);

3) установление для каждого сегмента рынка стандартов оказываемых услуг;

4) оценка конкурентоспособности услуг компании и уровня оказываемого сервиса, определение взаимосвязи между стоимостью услуг и уровнем сервиса;

5) установление соответствия качества оказываемых услуг запросам клиентов посредством налаживания обратной связи [3].

При формировании системы логистического системы является необходимым разработка базового уровня обслуживания, который представляет собой минимальный уровень логистического обеспечения и предоставляется всем потребителям услуг предприятия. В случае, если компания приняла заказ от клиента, выполнение его на базовом уровне является целесообразным, если нет запроса на предоставление высокого уровня обслуживания.

Дифференциация логистического сервиса является одним из направлений оптимизации логистической системы предприятия и включает в себя:

– дифференциацию уровня обслуживания клиентов (при дифференциации уровня обслуживания клиентов в соответствии с доходностью клиентских сегментов учитываются конкурирующие заказы; заказы с более высоким приоритетом обслуживаются первоочередно);

– многоканальное распределение (использование нескольких каналов продаж логистических услуг);

– персонализацию оказываемых услуг (модификация договорных условий под требования каждого клиента, но в интересах обеих сторон, при дополнительной оплате).

Таким образом, для полного удовлетворения потребностей клиентов предприятию необходимо предлагать различные вариации логистических услуг. Предложение уровня обслуживания, отличающегося от базового, должно быть обоснованным как с

точки зрения потребностей клиентов, так и размера затрат на поддержание системы логистического сервиса.

Выделим элементы концепции SLM для транспортно-логистической компании [4]:

- разработка перечня предоставляемых услуг;
- определение уровня логистического сервиса для каждой услуги;
- взаимодействие с клиентами, по результатам которого вырабатываются договоренности об уровне качества оказываемых услуг;
- формирование направлений по корректировке качества оказываемых услуг.

Внедрение системы SLM для конкретной транспортно-логистической организации требует существенных финансовых затрат, а также привлечения высококвалифицированных специалистов. При этом эффективность проекта по внедрению данной системы напрямую зависит от адекватности проведенной дифференциации услуг, качества оценки деятельности компании после осуществления каждого этапа внедрения, а также от профессионализма проектной группы. Проект внедрения рекомендовано разрабатывать, отталкиваясь от наиболее актуальной информации о внешних и внутренних бизнес-процессах компании, путем составления карты для каждого с помощью, например, методологии стандарта IDEF0 и, при необходимости, IDEF3, которые положительно зарекомендовали себя на рынке логистических услуг, где технологическая составляющая предоставляемых услуг чрезвычайно важна.

Для клиентов, потребляющих логистические услуги, реализация концепции SLM дает гарантию уровня предоставляемых услуг с указанием требований к каждой услуге. Компания, которая предоставляет качественные услуги, предлагает различные варианты уровня предоставляемого сервиса и юридически гарантирует выполнение своих обязательств, может однозначно рассчитывать на повышение лояльности клиентов, что является стратегическим конкурентным преимуществом на любом рынке.

Отдельно следует отметить, что внедрение данной концепции существенно для компаний, специализирующихся на проектной логистике и услугах в области грузоперевозок нестандартных грузов. Разработанная система логистического сервиса позволяет

сделать проектную работу более прозрачной для анализа и оценки эффективности, снивелировать влияние нестабильности звеньев цепочки поставок и снизить риски обеих сторон контракта.

Важным преимуществом предлагаемой концепции формирования системы логистического сервиса для рынка логистических услуг является масштабируемость этой системы и гибкость, позволяющая детально анализировать узкие места цепочки поставок. Не менее важно то, что SLM позволяет анализировать сервис не только с точки зрения повышения уровня обслуживания, предоставляемого клиентам, но и с точки зрения избыточного сервиса, когда его можно выявить на этапах предоставления услуг [5].

Заключение.

Внедрение концепции SLM в процессе формирования системы логистического сервиса на предприятии, специализирующимся на оказании логистических услуг, позволяет компании получить дополнительные конкурентные преимущества, снизить ненужные затраты и повысить эффективность в стратегическом аспекте.

Литература

1. Айбазов, Р.У. Теория организации: учебник / Р.У. Айбаз [и др.]; под общ. ред. Р.У. Айбазова – Москва: РАГС, 2007. – 451 с.

2. Логистический сервис и его задачи [Электронный ресурс]. Электронные данные. – Режим доступа: <https://portal.u.ru/logistika/logisticheskij-servis-i-ego-zadachi>.

3. Алесинская, Т.В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления Часть 3 / Т.В. Алесинская – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010. – 116 с.

4. What is Service Level Management? Objective And Process [Электронный ресурс]. Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.invensislearning.com/blog/service-level-management/>.

5. Современный подход к управлению уровнем логистического сервиса [Электронный ресурс]. Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.logistika-prim.ru/articles/sovremennyi-podkhod-k-upravleniyu-urovнем-logisticheskogo-servisa>.

Представлено 04.11.2022