Логистика как инструмент развития гастрономического туризма

В.Ф.Лукиных
доктор экон. наук,
зав. кафедрой Логистики
Красноярск

Определение

- **Логистический сервис (логистическое ослуживание)** – это **оказание сопутствующих материальному потоку услуг** в процессах подготовки поставки, поставки и утилизации товара (возвратной логистики) в целях удовлетворения запросов потребителей

Логистические издержки:

В среднем, достигают 30% от оборота компании

Лучшие компании достигают результата в 10%

Гастрономический туризм

Это связь между культурой и пищей - «закон желудка»

Знакомство со страной через национальную гастрономию

При этом еда- категория культуры

Логистические услуги

Цель – снижение затрат

- Снижение потерь времени
- Идея – пакетный тур

Составляющие логистических услуг:

- Инфраструктура тура
- Транспортирование
- Качество логистических услуг

Логистическая структура ресторанного бизнеса

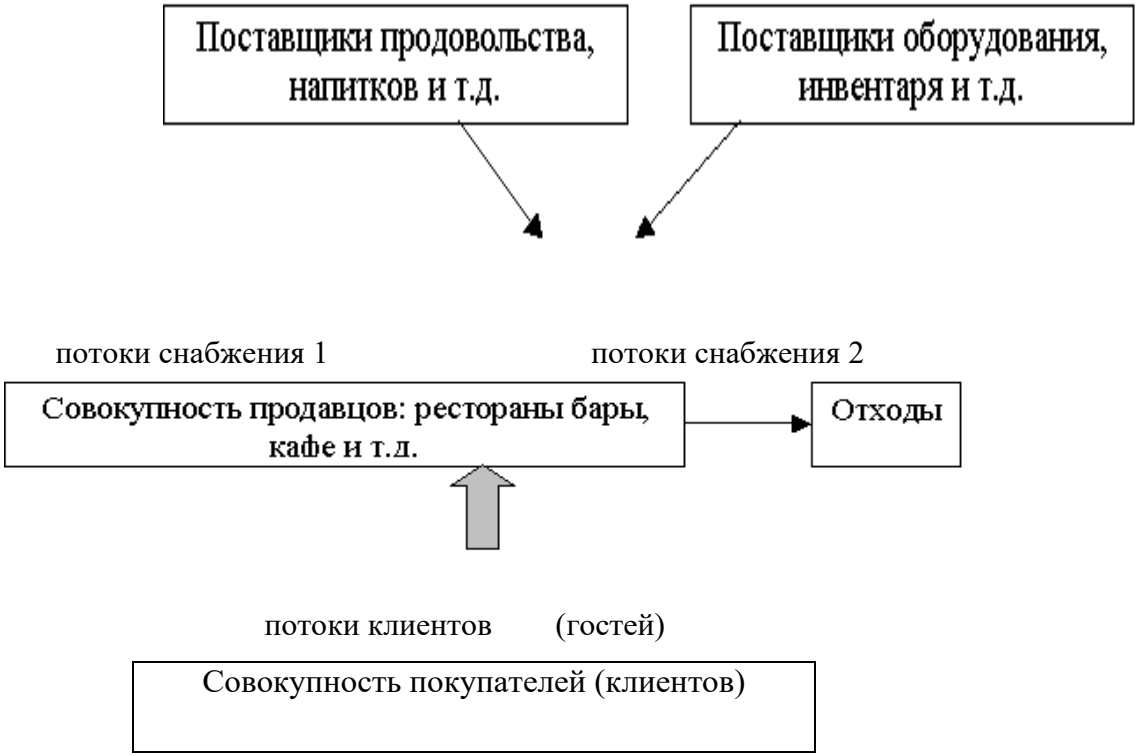
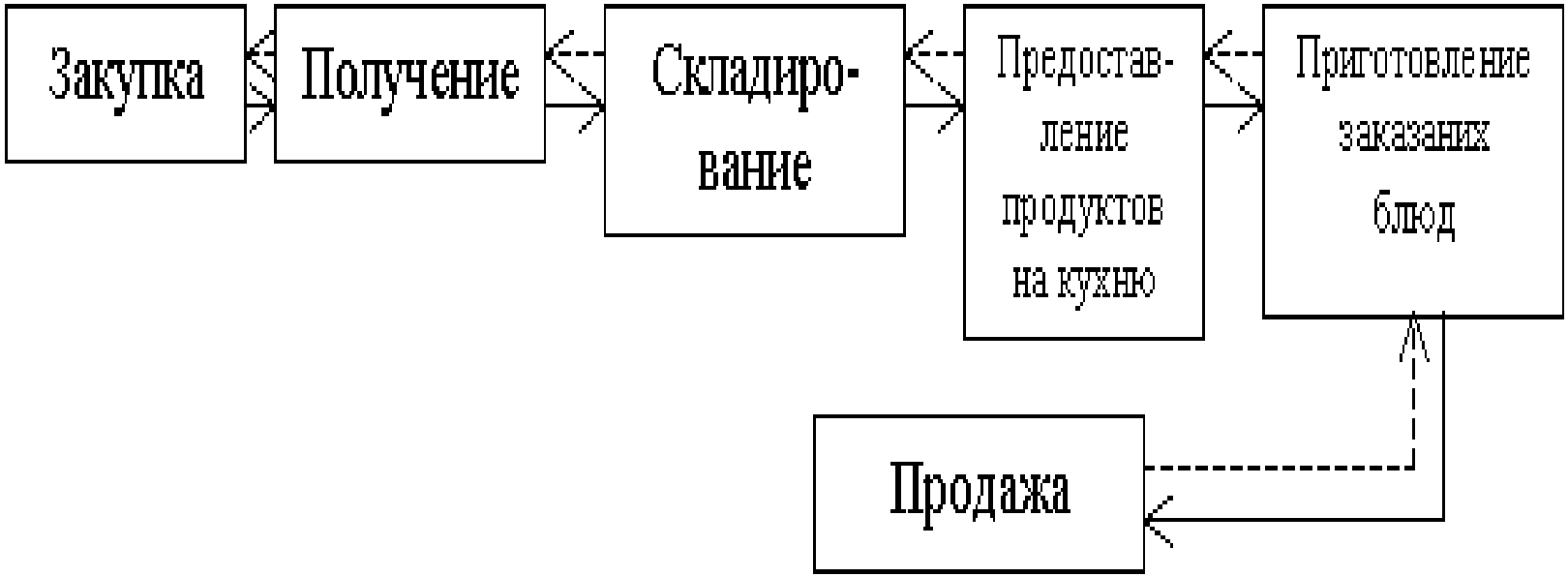


Рис. 1. Логистическая структура ресторанного бизнеса

Логистический цикл производственного процесса ресторанного бизнеса

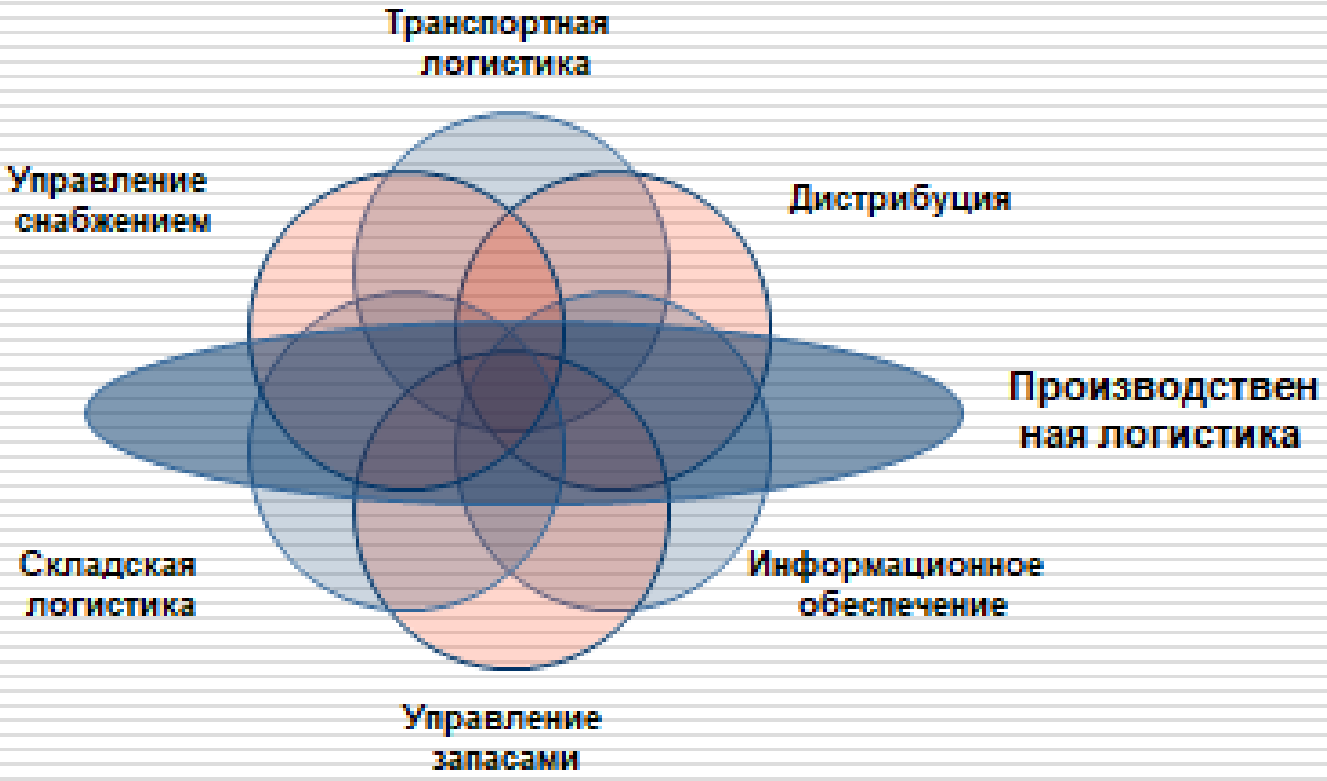


Каждая из операций требует затрат времени

- Использование ***принципов и правил*** логистики в данном случае поможет оптимизировать продолжительность логистического цикла, а значит улучшить обслуживание клиентов и снизить внутрифирменные затраты

Логистика – одна из трех основных сфер бизнеса

Функциональные области логистики



6 правил Логистики:

- Груз – нужный товар
- Качество – необходимое
- Количество – достаточное
- Место – определенное
- Затраты – оптимальные
- Время – точно в срок

Таким образом:

- предприятие, ориентированное на клиента, должно предоставить потребителю нужный товар в нужном месте в нужное время по минимальной цене, обеспечив при этом максимально эффективное продвижение

Следовательно:

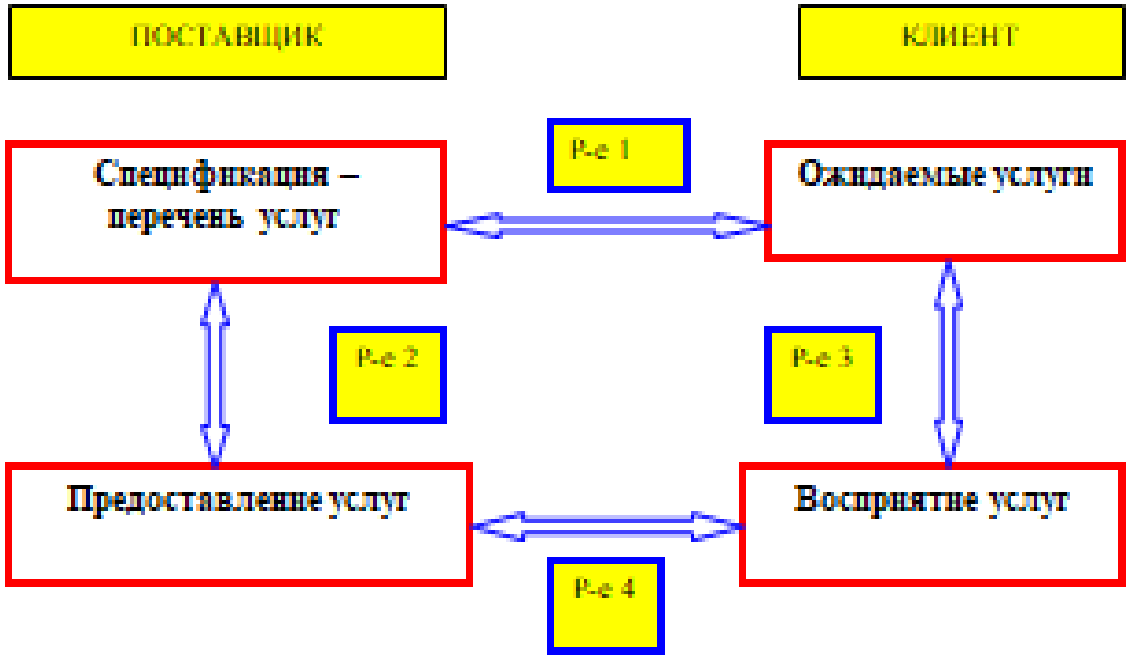
- **-место-цена-продвижение-продукт**

- это компоненты являющиеся критериями оценки полноты и эффективности обслуживания потребителей, и как следствие, эффективности работы предприятия в целом

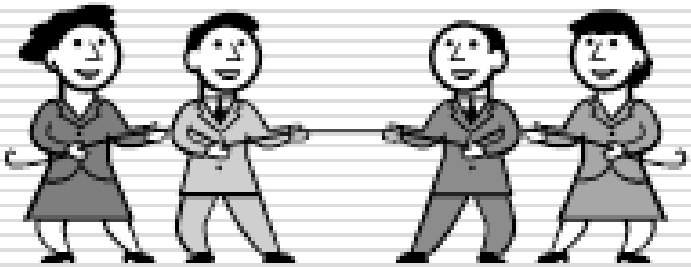
Способы повышения качества обслуживания потребителей на основе логистического подхода

- Выбор поставщика
- Критерии оценки и отбора поставщиков
- Качество продукции
- Надежность поставщика
- Цена.
- Качество обслуживания
- Условия платежа и возможность внеплановых поставок

Упрощенная модель несоответствия качества услуг



Основные методы в логистическом менеджменте:



Координация

- управление конфликтами

Качество обслуживания

- Как ожидания клиентов влияют на услуги логистики?

- **Ответ на вопрос:**

- Ключевой момент в том, что качество обслуживания – ***это комбинация*** результатов взаимодействия *между клиентом и логистическим процессом* товародвижения

Маркетинговые мероприятия для позиционирования на рынке (Маккарти, 1964)

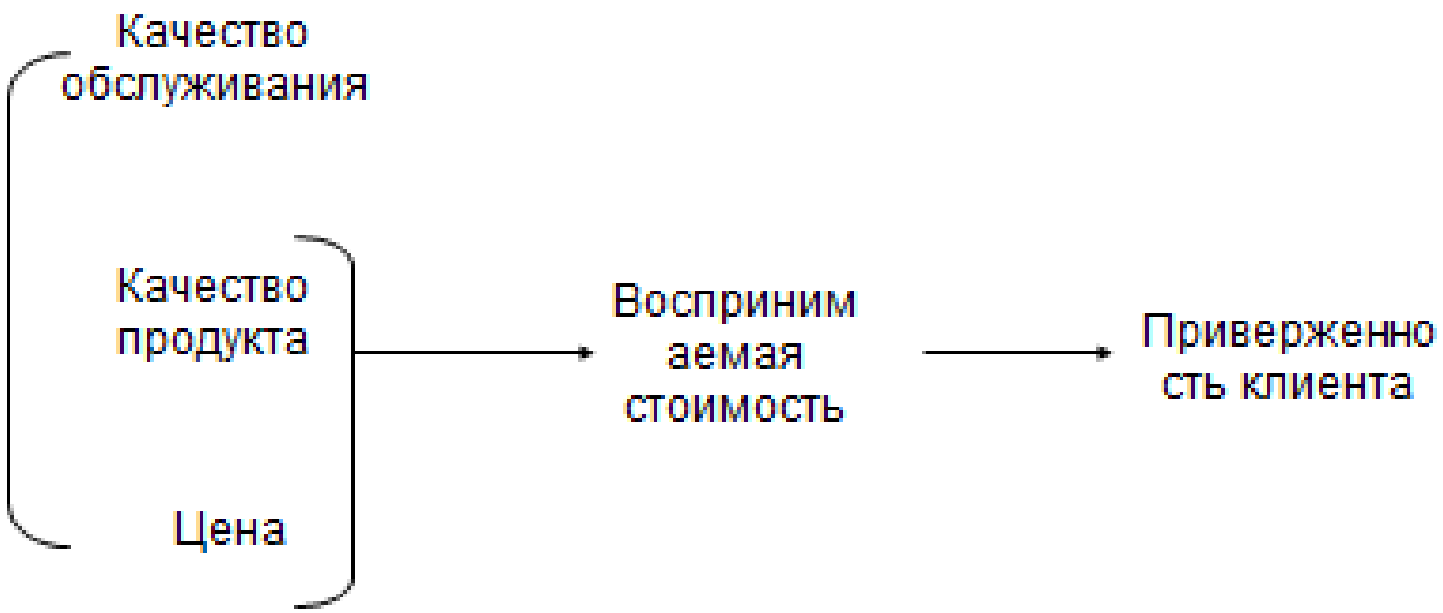
- Совокупность мероприятий 4Ps:
- **Продукт (Product)** – размеры, ассортимент, презентация, упаковка, дизайн, функции;
- **Цена (Price)**– цена, скидки, условия платежа;
- **Стимулирование сбыта (Promotion)**– торговый персонал, реклама, мероприятия;
- **Место (Place)**– канал распределения, охват рынка, система продаж, посредники

Логистика вносит свой вклад в мероприятия - Место, Продукт, Стимулирование сбыта.

Критерии приверженности клиентов

- ***Удовлетворенность клиента*** – это то, что люди думают о нас: качество обслуживания, предоставление ценности в обмен на деньги (ОТНОШЕНИЕ)
- ***Приверженность клиента*** – это то, как долго мы можем удерживать данного клиента (ПОВЕДЕНИЕ)

Ключевые источники приверженности клиента (Грюваль 2000)



Уровень логистического сервиса

У = **N** факт. услуг/ **N** макс. кол. Услуг

У = **t** факт. услуг/ **t** макс. кол. услуг

Благодарю

За внимание к теме

Логистика в сервисе