

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ПОСЛУГ

Комплекс маркетингу є основним елементом будь-якої бізнес стратегії. Модель досить проста та універсальна у використанні, являє собою такий собі чек-лист для результативного розвитку продукту компанії на ринку. Саме через свою простоту класичний комплекс маркетингу може використовувати будь-хто, навіть людина, яка не є фахівцем в області маркетингу.

Класична модель комплексу маркетингу складається з чотирьох елементів: Product – продукт, Price – ціна, Promotion – просування, Place – розподіл (4P). З часом модель ускладнювалась і в результаті перейшов в комплекс маркетингу 5P (People – люди) і 7P (Process – процес, Physical Evidence – фізичне оточення). [1]

Досліджуючи особливості комплексу маркетингу в сфері послуг, було вирішено, для прикладу обрати туристичне підприємство ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»», та зупинитись на стандартному комплексі 4P, що пропонує підприємство.

Product (туристичні послуги). Продукт являє собою те, що компанія пропонує ринку та споживачеві. Продуктом може бути як фізичний товар, так і послуга. Продукт – це перше, з чого починається робота над комплексом маркетингу. Успішний продукт завжди будується на розумінні і задоволенні важливих потреб цільового ринку [1].

Продуктом мережі туристичних послуг «Поїхали з нами» являються туристичні послуги, товарна політика яких з року в рік урізноманітнюється.

Основний акцент туристичного підприємства на туристичні послуги та туристичну діяльність, поряд із цим підприємство надає і інші послуги, які необхідні споживачам, консультаційні послуги, транспортні послуги (трансфер до місць призначення), бронювання та продаж авіаквитків, послуги страхування, перекладу та супроводу тощо [2].

Аналізуючи туристичні послуги мережі туристичних послуг «Поїхали з нами» необхідно відмітити, що підприємство підбирає туристичні тури на будь-який смак споживача і у визначеній ціновій категорії, яка формується на ринку.

Практично, щодня кваліфіковані маркетинг-менеджери підприємства відслідковують появу нових пропозицій на ринку та забезпечують попит споживачів, щодо нових турів, укладаючи при цьому контракти співпраці із власниками комфортабельних готелів, готельних комплексів та інших місць відпочину, щодо розміщення та проведення часу споживачами туристичних послуг. Туристичне підприємство працює цілий рік, формуючи різного роду тури, які є актуальними для обраних пір року.

Price (ціна та цінова політика). Ціна є важливим елементом комплексу маркетингу, вона відповідає за кінцевий прибуток від продажу товару. Ціна визначається на основі сприйманої цінності товару споживачем, собівартості продукту, цін конкурентів і бажаної норми прибутку [1].

Цінова політика туристичного підприємства ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» достатньо диверсифікована, оскільки орієнтується на широке коло споживачів послуг (від бюджетних турів та «гарячих турів» до «VIP -турів»), що обумовлює вибір інструментарію ціноутворення. Туристичне підприємство підбирає тури під споживачів туристичних послуг, які зазначають вимоги по туру та цінові категорії. Ціни на туристичні подорожі встановлюються туристичною фірмою ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» залежно від країни поїздки, терміну туру, ціни на транспорт, яким пересувається клієнт, періоду поїздки тощо. Нижньою межею ціни є сума всіх витрат, які несе фірма, відправляючи клієнта на відпочинок (бронювання готелів, транспортні перевезення, страхування, оформлення документації та віз, інші витрати) [2].

При формуванні цінової політики туристичною фірмою ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» дотримується наступних правил. Ціни погоджуються з клієнтом під час укладання договору. Відхилення від представленої ціни туру, погодженої сторонами, можлива лише у випадках, передбачених договором, і тільки при істотній зміні обставин, передбачених вище. При цьому збільшення ціни туристичного продукту не може перевищувати 5% його первісної ціни. У випадку перевищення ціни більше, ніж на 5% від первісної ціни, турист має право відмовитися від виконання договору, а туроператор зобов'язаний повернути йому всі раніше сплачені кошти.

Туристична фірма ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» використовує різні методи ціноутворення, враховуючи при цьому ціни конкурентів на аналогічний туристичний продукт, всі витрати, які несе туроператор, а також рівень попиту на туристичний продукт.

Promotion (просування). В контексті комплексу маркетингу, під просуванням розуміються всі маркетингові комунікації, які дозволяють привернути увагу споживача до товару, сформувані знання про товар та його ключових характеристиках, сформувані потребу в придбанні товару та в повторних покупках [3].

До просуванню відносяться такі маркетингові комунікації як: реклама, просування в місцях продажів, пошукова оптимізація, PR, прямий маркетинг і інші.

Для просування туристичних послуг туристична фірма ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» використовує різноманітні засоби просування – рекламування, персональний продаж (туристичні агенти), засоби PR та стимулювання збуту розраховані на споживача.

Найбільшу цільову аудиторію туристичного підприємства охоплює Інтернет-сайт <https://www.poechalisnami.ua> на якому представлені новини компанії, можна ознайомитися із переліком туристичних маршрутів, умовами

реалізації турів, новинками та «гарячими турами», а також широко представлена контактна інформація про розміщення офісів мережі та їх телефони. Найбільш активно туристична фірма ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» як засіб комунікації використовує рекламу [2].

Пласе (розподіл). Місце продажу забезпечує доступність продукту для цільового ринку і означає, що товар компанії повинен бути присутнім на ринку в потрібному місці (тим, де цільової споживач може його побачити і купити) в потрібний час (тоді, коли у цільового споживача виникає потреба його купити). Іншими словами місце продажу визначає модель дистрибуції товару компанії [3].

Туристична фірма ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» використовує різноманітні канали розподілу туристичних послуг використовуючи створені по всій країні офіси і здійснюючи продаж туристичних послуг безпосередньо через офіси та через створений сайт туристичного підприємства (<https://www.poehalisnami.ua>).

Туристична фірма ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» надає послуги у різних сферах та для різних сегментів ринку.

Список використаних джерел:

1. Котлет Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер.; Пер. с англ. М.: – Альпина Паблишерз, 2018 – 211 с.
2. Офіційний сайт туристичного підприємства ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»»[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.poehalisnami.ua>
3. Кукліна Т.С. Удосконалення комплексу маркетингу в забезпеченні розвитку туристичних підприємств / Т.С. Кукліна // Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». – 2011. - №3. – С. 29 – 33.