УДК 336

КОВАЛЕНКО О.С.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ШТУНДЕР І.О.
к.е.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК НОВОЇ ТОВАРНОЇ ЛІНІЙКИ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИКА

У публікації аналізується можливість виведення на ринок туристичного бізнесу нової товарної лінійки - супутніх до туру товарів – на прикладі мережі туристичних агентств «Поїхали з нами», що дасть можливість розширити їх діяльність та збільшити обсяги продажів.

Дуже важливим аспектом є стратегія виведення нового товару на існуючий ринок. Саме від неї залежить подальший попит на нову продукцію. Кожному підприємству для того, щоб утриматись на ринку необхідно пристосовуватись до нових вимог споживачів та активно впливати на них. Іншими словами, здійснювати інноваційний шлях розвитку. Туристичний бізнес, як правило, це надання послуг. В умовах сучасності, особливо в мегаполісах, людина намагається раціонально використовувати свій час – саме тому вдалим інноваційним рішенням для туристичного бізнесу стало б доречним продаж та здача в оренду супутніх товарів необхідних туристам для здійснення подорожі. Для туристичного підприємства – це стане додатковим прибутком, для туриста – це можливість мобільно використати свій час, оформляючи тур – клієнт одразу ж може проконсультуватись з менеджером з проводу того, що йому може знадобитись в тій, чи іншій подорожі, одразу ж замовити та оплатити.

Мета дослідження – виведення нових туристичних товарів українського виробника на споживчий ринок.

Туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, сувенірна продукція тощо) [3].

Особливим для індустрії туризму є те, що її основна продукція є «невловимою». Вона нематеріальна, її не можна побачити, торкнутися, спробувати на смак, почути, оглянути, випробувати як зразок майбутньої покупки, як це роблять, наприклад, із холодильниками, одягом, продуктами харчування, радіоапаратурою чи парфумерією.

Продукцією туризму є сервіс, ціла низка різноманітних послуг, які не можна ні виміряти, ані перевірити заздалегідь, до здійснення покупки; побачити, відчути й оцінити можна лише результат сервісу. Водночас деякі компоненти продукції туризму, такі, як житло, харчування, засоби транспорту, є цілком матеріальними і відчутними, але це лише елементи сервісу, свого роду

доповнення до розваг, задоволення, комфорту тощо тобто те, за що клієнт платить гроші [2].

Отже, продукція туризму – це сукупність нематеріальних (послуги) і матеріальних (туристичні товари) споживчих вартостей, що створюються для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної поїздки.

Продукція туризму виступає у формі туристичних послуг і туристичних товарів. Туристичний товар – це продукт праці, вироблений для продажу і призначений для використання переважно туристами: карти, намети, спальні мішки, рюкзаки, інше туристичне та спортивне спорядження, а також туристична сувенірна продукція [1].

Пропонується створити он-лайн магазин «Поїхали з нами. Туристичні товари». Компанія «Поїхали з нами» має певні туристичні товари, що купуються на засадах франчайзингу для задоволення потреб офісу, а також для подарунків туристам, проте, самі клієнти не мають такої можливості. Пропонується розширити асортимент туристичних товарів мережі та створити он-лайн магазин, де клієнти матимуть змогу замовляти їх – це будуть різноманітні необхідні для подорожей речі починаючи від обкладинок для паспортів, картузів, капелюхів, рюкзаків, картами будь-якого куточку світу та ін. закінчуючи наборами мандрівника до певної країни, наприклад, «набір мандрівника до Єгипту», до такого набору можна включити: спеціальне взуття для коралових рифів, маска, трубка ласти, водонепроникний чохол для телефону, карта регіону, або, наприклад «набір туриста в автобусний тур»: плед, подушку-підголівник, маска для сну, дощовик. Також на сайті пропонується зробити прокат туристичного спорядження. Турист матиме змогу оформити попереднє замовлення на прокат того чи іншого туристичного товару під залог на необхідні йому дати.

Що стосується просування такого онлайн-магазину, то варто зазначити, що сам бренд «Поїхали з нами» вже є досить популярним та впізнаваним. Пропонуються наступні кроки просування:

1) інформування менеджерами своїх туристів про новинку мережі, видача кожному покупцеві туру промо – код на знижку,

2) розсилка існуючій базі клієнтів мережі про новинку, а це велика кількість потенційних покупців туристичних товарів,

3) розробка інших маркетингових заходів, зокрема використання інтернет – маркетингу для збуту товарів.

Отже, кожне підприємство аби утриматися на ринку має здійснювати інноваційний шлях розвитку, що стосується туристичного бізнесу, вдалою інноваційною ідеєю стало б створення додаткової послуги з продажу супутніх до туру товарів. Так, наприклад, мережа туристичних агентств «Поїхали з нами» вже є брендом на туристичному ринку України і може розвивати свою діяльність не обмежуючись лише продажем туристичних послуг, але й впровадити на споживчий ринок продаж туристичних товарів під своїм брендом для отримання додаткового прибутку.

Список використаних джерел:

1. *Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг /М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н. М. Ганич – Підручник. – К.: Знання, 2008. – С. 136.*

2. *Особливості тур індустрії Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/18340719/turizm/osoblivosti_turindustriyi*

3. *Туристичний продукт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/1806020362174/turizm/turistichniy_produkt*