

МАРКЕТИНГ ВРАЖЕНЬ ЯК СПОСІБ ДОСЯГНЕННЯ МЕТИ ПРИ ПРОСУВАННІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ НА БОРТАХ ПОВІТРЯНИХ СУДЕН

Коношенко Л.

Національний університет харчових технологій

Однією з найголовніших глобальних проблем людства є забезпеченість населення планети харчуванням. Правильний та збалансований прийом їжі забезпечує людину енергією та надає сил, тобто, робить її соціально активною. В окре-

мих сферах бізнесу (зокрема, у авіаційній галузі) харчування вже давно стало елементом конкурентної боротьби за прихильність пасажирів. Всі авіакомпанії світу (а їх налічується більше двохсот), намагаються розробити унікальне, притаманне тільки даній авіакомпанії меню задля того, аби створити та підтримати образ неповторного та унікального бренду. Харчування в авіації також забезпечує багатьох людей робочими місцями. Так, аби забезпечити повітряні судна, які прибувають у певний аеропорт світу, достатньою кількістю необхідної пасажирам їжі, у кулінарному цеху аеропорту працюють сотні людей. Частково вирішується і проблема зайнятості населення.

Аналізуючи пропозиції харчування на бортах літаків «Авіалінії Харкова» (АХ) та «Міжнародні авіалінії України» (МАУ) було з'ясовано, що компанії розробляють практично ідентичне меню для пасажирів економічного класу та бізнес-класу на регулярних рейсах, яке доповнюється спецхарчуванням (дитячим, дієтичним та релігійним). Тобто за критерієм «харчування» компанії є майже рівними між собою. З огляду на зазначене, МАУ з 1 березня 2014 року запровадили кардинально нову систему харчування для ринку України — «Buy on Board» («Купуй на борту»). Сутність пропонованої новинки полягає у тому, що пасажирі різних класів можуть самостійно обирати страви, які пропонуються у меню класу перельоту. Це досить вдалий прийом, що забезпечує пасажиру право вибору, адже стандартний обід не завжди приходить до смаку чи відповідає його очікуванням чи уподобанням. Також «Міжнародні авіалінії України» розробили спеціальну програму для туристів. Авіакомпанія дає можливість туристичним агентствам-партнерам обрати меню для подорожуючих.

Аналіз показав, що українські авіаперевізники протягом останніх років значно вдосконалили харчування своїх пасажирів. Разом з тим дослідження систем харчування авіакомпаній зі світовим ім'ям довело, що вони кардинально відрізняються від українських. Зокрема, авіакомпанія „Emirates», яка базується в Об'єднаних Арабських Еміратах і виконує міжнародні рейси, пасажирам першого класу та бізнес-класу пропонує вишукані страви з різноманітного і ретельно складеного меню, а також рівень обслуговування, гідний найкращих ресторанів світу. На деяких рейсах страви подаються в будь-який час. Компанія продумала кожен деталь столу: тонкий фарфор «Royal Doulton», дизайнерські столові прибори «Robert Welch», вишукані вина. Також пасажирі можуть насолодитися гарячими і холодними закусками в зоні відпочинку на борту літака.

Пасажирі економ-класу можуть обрати собі страви місцевої кухні, приготовлені з місцевих продуктів, наприклад, баранячі брешетки з арабськими прянощами або смажені на грилі курячі грудки з карамелізованими сливами. Широкий вибір безкоштовних напоїв на борту, включаючи вина і коктейлі, прикрашає відпочинок і робить переліт непомітним та приємним. За невелику плату пасажирі можуть доповнити меню шампанським.

Таким чином, останнім часом маркетинг вражень починає широко використовуватися не лише на традиційному ринку харчових продуктів, а й доводить свою ефективність на суміжних ринках. На основі проведеного аналізу систем харчування як вітчизняних, так і зарубіжних авіаперевізників рекомендується українським авіакомпаніям підвищити рівень сервісу (в економічному та бізнес-класі). Необхідно створити таку унікальну пропозицію, завдяки якій пасажирі матимуть незабутні позитивні враження від співпраці з авіаперевізником: розробити відмінне від інших меню, яке пасажир запам'ятає, і завдяки якому разом з іншими

елементами сервісу створить образ ідеальної авіакомпанії; грамотно поєднати харчування на борту літака та сервіс.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Сайт авіакомпанії «Міжнародні Авіалінії України». Розділ «Харчування на борту» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.flyuia.com/rus/Information-and-services/at-the-airport/2937.html>

2. Сайт авіакомпанії «Авіалінії Харкова». Розділ «Харчування на борту» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://flykharkiv.com/services-information/catering.html>.

3. Сайт авіакомпанії «Emirates». Розділ «Харчування на борту» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.emirates.com/ua/russian/flying/dining/dining.aspx>.

Науковий керівник: Скригун Н.П.