

УДК 338.487(477)

JEL Z32

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ ТУРОПЕРАТОРІВ ЧЕРЕЗ ПЛАНУВАННЯ СТАРТАПУ

Вогулкіна Дар'я

Мірзодаєва Тетяна

Національний університет харчових технологій

Вступ

Після початку повномасштабного вторгнення пріоритети роботи багатьох компаній змінилися. Активізувалася робота з акцентом на європейський ринок. На основі цього виникла ідея створення стартапу, який полягає у відкритті польського офісу туроператора "Join UP!". Це приверне увагу нових туристів, сприятиме популяризації бренду. Вливання фінансів іноземними туристами у діяльність українського туристичного оператора корисне не тільки для нього, але й для країни в цілому.

Матеріали і методи

Створюваний проект має назву "Dołącz" — відкриття польського офісу туроператора "Join UP!". Функціональне призначення полягає у тому, що відкриття офісу за межами України у важкі часи, коли для українців відпочинок не є пріоритетом, стане порятунком для бізнесу, оскільки призведе до розширення діяльності та залучення нових європейських туристів.

Результати

Офіс матиме стандартний вигляд для туроператора із залученням польської та української мови (кольори, логотип, форма працівників, розташування у великому ТЦ). Там надаватимуться послуги перевізника (у вигляді квитків на літак та автобус), страхові послуги, комбінування турів за персональним запитом, продаж готових стандартних та гарячих путівок, допомога з візовими формальностями. За рахунок існуючої можливості появи

широкої популярності, важливим є захист бренду у вигляді торгової марки.

Цільову аудиторію уособлює чоловік, поляк, що має дружину та 2 дітей, 35–45 років, відпочиває 2 рази на рік, має середній дохід. Його мотиви покупки: середня ціна, унікальність (новий український продукт на європейському ринку).

Очікувана ціна на продукт 2500 зл або 20000 грн (тур в Туреччину на двох на 7 днів). Пропонуватиметься система знижок у вигляді гарячих турів та акційних пропозицій за новими напрямками від партнерів.

За перший рік роботи туроператора очікуваний обсяг продажів складатиме 55900 одиниць, а очікувана виручка від реалізації — 854 400 000 грн.

Для просування послуг найбільш ефективними будуть засоби маркетингових комунікацій, а саме публікації у ЗМІ, інтерв'ю, пресрелізи, розсилки, конференції та семінари, білборди, оголошення, SMM, контекст та таргетинг, банери, спеціальні пропозиції. Важливо з перших хвилин рекомендувати компанію як якісного постачальника туристичних послуг за допомогою вигідних цін та орієнтації на споживача. Щоб збільшити прибутки та пізнаваність бренду, ефективно просувати на ринку продукти та досягати маркетингових цілей, варто використовувати різні види комунікацій у стратегії. Щоб маркетингові комунікації були успішними, треба обирати правильні меседжі та бути послідовними, тобто використовувати один і той же меседж у різних каналах, не забувати про зворотний зв'язок. Для найбільш ефективного досягнення ці-

лей маркетингових комунікацій в інтернеті та за його межами потрібно говорити одночасно як один з одним, так і з іншими елементами комплексу маркетингу. Враховуючи витрати на маркетингові дослідження; витрати на оплату послуг спеціалізованих маркетингових та рекламних організацій бюджет на просування складатиме 50000 грн.

Як і в будь-якому проекті при створенні стартапу важливим є створення плану реалізації у таблиці 1.

Після врахування всіх етапів та витрат було визначено, що для відкриття офісу туроператора "Join UP!" у місті Гданськ потрібно 192 325 грн.

Висновки

Кожен українець на собі відчув вплив війни, враховуючи великі компанії, яким довелося знаходити вихід із ситуації та нові шляхи роботи, щоб не зазнати банкрутства. Така пропозиція, як впровадження стартапу у вигляді відкриття польського офісу, для туроператора стане певним порятунком та логічним розвитком його діяльності.

Список літератури

1. Менеджмент стартап проектів : підручник / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко та ін.; Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво "Політехніка", 2019. 337 с.
2. Франчайзинг TO JoinUP!. (n.d.-b). <https://franchise.joinup.travel/>
3. Маркетинг стартап-проектів: навч. посіб./ За заг. ред. С. О. Солнцева /С.О. Солнцев, О.В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, Н. В. Язвінська ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. — 218 с.